

دراسات في ..

نظريات الرأي العام

د/ شيماء ذوالفقار زغيب

د/ أيمن منصور ندا

منتدى سور الأزبكية

WWW.BOOKS4ALL.NET

BUSINESS & ECONOMIC
EUROPEAN
Everyday under pressure to launch on stock
- that his
Empire

منتدی سور الأزبکیه

WWW.BOOKS4ALL.NET

دراسات في ..

نظريات الرأى العام

دكتورة

شيماء ذوالفقار زغيب

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

دكتور

أيمن منصور ندا

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

المدينة برس

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً
وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشْحًا"

بِسْمِ اللّٰهِ الْعَظِیْمِ

التَّحْف - الآية ١٠

إقرأ

إلى إبتئنا الغالية

فأدين ..

أملأ فؤاد غدٍ أفضل

ومستقبل أجمل.

جدول المحتويات

١١	مقدمة:
١٥	الجزء الأول: نظريات إدراك الراى العام
١٧	الفصل الأول: نظرية تأثيرية الآخرين
١٩	تمهيد:
٢٣	المبحث الأول: جذور النظرية وفروضها ومتغيراتها الأساسية
٢٥	جذور النظرية
٢٦	فروض النظرية
٢٧	المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثيرية الآخرين
	المبحث الثانى: بعض تطبيقات نظرية تأثيرية الآخرين فى المجتمع
٤٥	المصرى
٤٧	التطبيق الأول
٦١	التطبيق الثانى
٦٨	التطبيق الثالث
٧٣	مناقشة نتائج الدراسة
٧٩	هوامش الفصل الأول
٨٥	الفصل الثانى: ظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الراى العام
٨٧	تمهيد:
٩١	المبحث الثالث: الأسس النظرية لظاهرة توهم المعرفة"
٩٣	أولا: توهم المعرفة: المصطلح، المفهوم، أسباب الحدوث
٩٨	ثانيا: المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بالظاهرة
١٠٤	ثالثا: الدراسات السابقة للمرتبطة بالظاهرة
١١١	المبحث الرابع: الجانب التطبيقى للدراسة
١١٣	أولا: الإجراءات المنهجية للدراسة
١٢٤	ثانيا: نتائج الدراسة
١٤٢	مناقشة نتائج الدراسة

نظريات الراى العام المحتويات

١٤٦ هوامش الفصل الثانى
١٥٢ الجزء الثانى: نظريات تشكيل اتجاهات الراى العام
١٥٥ الفصل الثالث: نظرية التهيئة المعرفية
١٥٧ تمهيد:
١٦١ المبحث الخامس: الإطار النظرى للدراسة (نظرية التهيئة المعرفية) ...
١٦٤ الفرض الرئيسى للنظرية
١٦٥ جذور النظرية فى علم النفس المعرفى
١٦٨ المفاهيم الأساسية للنظرية
١٧٢ فرضيات النظرية
١٧٣ متغيرات النظرية
١٧٥ الدراسات السابقة
١٨٧ المبحث السادس: الإطار التطبيقى للدراسة
١٨٩ فروض الدراسة
١٩٢ منهج الدراسة
١٩٧ نتائج اختبارات الفروض
١٨٤ الخلاصة
١٨٦ هوامش الفصل الثالث
٢١٧ الفصل الرابع: نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية .
٢١٩ تمهيد:
٢٢١ المبحث السابع: الإطار النظرى للدراسة
٢٢٣ أولا: نموذج احتمالية إعمال العقل ELM
٢٢٤ ثانيا: نموذج التلقى - القبول - العينة RAS
٢٤٩ المبحث الثامن: الإطار التطبيقى للدراسة
٢٥١ مشكلة الدراسة
٢٥١ فروض الدراسة
٢٥٤ المناهج البحثية التى اعتمدت عليها الدراسة

المحتويات نظريات الراي العام

٢٦٢	نتائج الدراسة
٣٠٥	الخلاصة
٣٠٥	نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول REA"
٣٠٧	هوامش الفصل الرابع
٣١٩	قائمة بأهم المصادر

نظريات الراى العام المقدمة

والمقاربات المتعلقة بها تشعباً كبيراً، وظهرت توجهات بحثية عديدة ومدارس علمية متنوعة داخل كل شعبة منها، من ذلك مثلاً الاتجاه المعرفى فى دراسة الراى العام والذى يندرج تحته منظور معالجة المعلومات **Information Processing** بنظرياته ونماجه المختلفة (مثل: النموذج الاحتمالى المنطقى **Probabilistical Model**، ونماذج التوقع - القيمة **Expectancy- Value Models** ونظرية تكامل المعلومات **Information Integration Theory** وغيرها).

ويندرج تحته، أيضاً، منظور الاستجابة المعرفية **Cognitive Response** بنظرياته ونماجه المتعددة (مثل: نظرية إدراك الذات لبيم **Bem's Self- Perception Theory**، ونموذج احتمالية إعمال العقل **Elaboration Likelihood Model** ونموذج بريكلر ووجنز **Breckler & Wiggins** وغيرها).

كما يندرج تحت هذا الاتجاه (الاتجاه المعرفى) بعض نظريات الراى العلم ذات الطابع السياسى (مثل نظرية التهيئة المعرفية **Cognitive Priming Theory**، والنموذج الديناميكى للاختيار السياسى **Dynamic Model of Political Choice** ونموذج الاختيار العقلانى **Rational Choice Model** وغيرها).

نخلص مما سبق إلى حاجتنا - كباحثين عرب - إلى رسم "خارطة جديدة" لنظريات الراى العام، وتغيير "الحدود التقليدية" و "الأطر الكلاسيكية" و "الأبعاد النمطية" التى لم تعد تلبى الاحتياجات البحثية الراهنة ولا تقوم بدورها الوظيفى التفسيرى فى مجال الراى العام. ولن يتأتى ذلك إلا من خلال رصد ومتابعة الاتجاهات والنظريات الحديثة ومحاولة اختبارها وإخضاعها لمتطلبات واقعا العربى بخصائصه وسماته الخاصة، كخطوة أولى (وإن طال زمنها وتعرض لها كثيرون بالنقد) نحو بناء نظرية أو عدة نظريات عربية تفسر ظاهرة الراى العام فى عالمنا العربى وتستطيع التنبؤ باتجاهاته وتوجهاته على نحو دقيق، ولسنا نرى فى ذلك إفراطاً فى التفاؤل وإن اتهمنا البعض بذلك، أو نراه "مهمة مستحيلة" وإن اعتبرها البعض كذلك.

والكتاب الذى بين أيدينا مقسم إلى جزئين، اختص بكل جزء منهما أحد

المؤلفين، وهما:

المقدمة ===== نظريات الراى العام

الجزء الأول: ويتكون من فصلين وأربعة مباحث، ويتناول نماذج من النظريات التى حاولت دراسة معتقدات الأفراد ومدركاتهم عن اتجاهات الراى العام وتوجهاته.

فى الفصل الأول وعنوانه "نظرية تأثيرية الآخريين فى دراسات الراى العام: تشير إلى جذور النظرية وفروضها ومتغيراتها الأساسية ونتائج بعض الدراسات التى تم تطبيقها فى المجتمع الغربى، ونعرض لنتائج ثلاث تطبيقات تم إجراؤها لاختبار النظرية فى المجتمع المصرى.

وفى الفصل الثانى وعنوانه "ظاهرة توهم المعرفة": فى استطلاعات الراى العام فى مصر "تشير لمفهوم "توهم المعرفة" فى الدراسات النفسية الاجتماعية، وفى دراسات الراى العام والنظريات المفسرة لحدوث الظاهرة، مركزين على دور وسائل الإعلام فيها، ونعرض لنتائج الدراسة التى تم تطبيقها على ثلاث قضايا مجتمعية شغلت الراى العام المصرى وقت تطبيق الدراسة.

الجزء الثانى: ويتكون من فصلين أيضاً وأربعة مباحث، ويتناول نماذج للنظريات التى ركزت على تشكيل اتجاهات الراى العام وذلك من المنظور المعرفى.

فى الفصل الثالث وعنوانه "نظرية التهيئة المعرفية": تشير إلى النظرية من حيث جذورها وفروضها ومفاهيمها الأساسية ومنهجية قياسها، ونعرض لنتائج تطبيقها على عينة من طلاب الجامعة فى مصر، وذلك بالتطبيق على موضوع "أداء الحكومة المصرية".

أما الفصل الرابع وعنوانه "نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية": فنعرض فيه لنموذجين من نماذج منظور الاستجابة المعرفية وهما: نموذج احتمالية إعمال للعقل (ELM) ونموذج التلقى - القبول - العينة Reception - Acceptance- Sample Model، ونقدم عرضاً لنتائج تطبيقين تم إجراؤهما لاختبار متغيرات هذين النموذجين فى المجتمع المصرى، ثم نعرض لنموذج مقترح (نموذج REA) يمكن من خلاله إحداث نوع من التكامل بين هذين النموذجين.

نظريات الراى العام المقدمة

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدراسات الأربعة التى يتضمنها هذا الكتاب إضافة إلى كونها تقدم نظريات ونماذج جديدة نسبياً فى دراسات الراى العام العربية فإنها تحتوى على رصد لاتجاهات للراى العام المصرى تجاه عدد من للقضايا المجتمعية المهمة التى شغلت للراى العام المصرى بشكل أو بآخر ومنها:

- قضية المقاطعة مع إسرائيل والولايات المتحدة.
 - قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب.
 - قضية إحياء لتقاوية الدفاع العربى المشترك.
 - قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات المصرية.
- كما تحتوى على بيانات عن اتجاهات الراى العام نحو أداء الحكومة المصرية ونحو قانون التعريفة الجمركية الجديد.

بقى أن نشير إلى أنه لولا تشجيع ومؤازرة أستاذتنا الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ منى الحديدى عميد الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ولولا نصائحها وتوجيهاتها لنا ما ظهر هذا الكتاب بصورته الحالية، فالشكر الجزيل لها دائماً، وجزاها الله عنا كل خير.

أيمن منصور ندا

شيماء ذو الفقار زغيب

القاهرة ٢٠٠٣/٨/١

الجزء الأول
نظريات إدراك الرأى العام

الفصل الأول
نظرية تأثيرية الآخرين

نظرية تأثيرية الآخرين فى دراسات الراى العام اسسها النظرية وبعض تطبيقاتها فى المجتمع المصرى

تمهيد :

تعود جذور نظرية^(*) تأثيرية الآخرين^(**) Third- persons Effect إلى عالم الاجتماع الألمانى فيليبس دافيسون Philips Davison (١٩٨٣) الذى لفت انتباهه مجموعة من الملاحظات والتجارب دفعته إلى وضع نظريته^(١) التى تطورت من مجرد ملاحظة قد تبدو، للبعض ، خادعة Intriguing إلى مجال خصب للدراسات الإعلامية Fertile Line of Communication Researchs^(٢).

وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها "منظوراً مبتكراً وجديداً فى دراسة للراى العام"^(٣) كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جداً"^(٤) وإلى كونها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"^(٥).

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يميلون إلى المبالغة فى تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين"^(٦) بحيث "يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على (الشخص الأول): on me :the first person ولا عليك (الشخص الثانى) on you: the second person وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين) on them: the third persons"^(٧). أما الفرض الأساس الثانى فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكى، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض

(*) توجد مصطلحات متعددة استخدمها الباحثون لوصف هذا التوجه البحثى وتتباين هذه المصطلحات من حيث الاتساع والضيق، ومنها: فرضية Hypothesis، مقارنة أو مدخل Approach، منظور بحثى Perspective، وظاهرة phenomenon وغيرها.

(**) الترجمة الحرفية لهذه النظرية هى "نظرية تأثير الشخص الثالث" غير أنها ترجمة لا توضح جوهر النظرية أو تعبر عن فروضها بل تعكسها على ما سيتم توضيحه فى متن الدراسة. وقد اختار الباحث كلمة "تأثيرية، بدلاً عن "القابلية للتأثر" واختار كلمة "الآخرين" بدلاً عن "الأشخاص أو الأفراد الآخرين" وذلك كحاشية لكى مصطلح يتسم بالوضوح والاختصار من ناحية وبالذقة من ناحية أخرى.

الفصل الأول نظريات الراى العام

لوسائل الإعلام^(٨).

وتتشابه هذه النظرية، فى منظورها العام، مع بعض النظريات والمداخل والمقاربات الأخرى مثل نظرية تمثيل المعلومات، ونظرية تكوين المعنى Sense Making Theory ومدخل الاستخدامات والإشباعات من حيث تأكدها على أن ما يدركه الفرد من وسائل الإعلام قد يكون أكثر أهمية من المضمون الذى يتم تقديمه فى هذه الوسائل.

كما تتشابه هذه النظرية أيضاً مع بعض نظريات الراى العام مثل "نظرية توهم المعرفة Pluralistic Ignorance و "نظرية دوامة الصمت" Spiral of Silence من حيث كونها نظريات تركز على أن مدركات الأفراد ومفاهيمهم عن الأحداث هى من الأهمية بالنسبة لتكوين الراى العام، كما تفترض هذه النظريات أن كثيراً من تصرفات الأفراد السياسية والاجتماعية هى نتاج لمدركاتهم عن الواقع، ولافتراضاتهم عن البيئة الاتصالية ولطريقة بنائهم للأحداث السياسية والاجتماعية^(٩).

فى الوقت نفسه تختلف هذه للنظرية بشدة وتتباين منطلقاتها مع منطلقات منظورين معاصرين فى دراسة الراى العام وهما:-

- نظرية الرؤية المنعكسة^(١٠) The looking Glass Self - View

- نظرية الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus Theory

وهذان المنظوران يشيران إلى أن الأفراد يبالغون فى تقدير حجم ونسبة الآخرين الذين يتفقون معهم فى وجهة نظرهم عن القضايا الاجتماعية والسياسية، كما يشيران إلى أن الأفراد يمتصون وجهات نظر الآخرين السياسية والاجتماعية وينسبونهم لأنفسهم. أما نظرية "تأثيرية الآخرين" فهى مثال ونموذج للتناقض فى إصدار الأحكام Judgmental Contrast، فبدلاً من افتراض أن الآخرين سيستقبلون الرسالة الإعلامية ويتأثرون بها بالطريقة التى يستقبلها للفرد ويتأثر بها فإنها تفترض العكس: الآخرون سيتأثرون بشدة بما يقال لهم ولكنى "أى الشخص المتحدث" لن أتأثر بهذه الدرجة^(١١).

(٩) المقصود بها الرؤية القائمة على انعكاس الآخرين فى مرآة الذات ، بحيث يظهرون كأنهم يتفقون مع الفرد فى آرائه وتوجهاته.

نظريات الراى العام الفصل الأول

وعلى الرغم من تعدد الدراسات التى طبقت نظرية تأثيرية الآخرين فى التراث الغربى وتناميها بشدة، خاصة منذ منتصف التسعينيات، فإنه لا توجد دراسة عربية واحدة (فى حدود ما أطلع عليه الباحث) قد حاولت اختبار هذه النظرية فى مجتمعاتنا العربية بخصائصها وسماتها الخاصة، وهو ما تحاوله هذه الدراسة.

وعلى هذا تتمثل مشكلة الدراسة وتحدد أهدافها فى اختبار فروض ومتغيرات النظرية فى بيئة اتصالية جديدة (المجتمع المصرى) وعلى جمهور يختلف "نسبياً" فى سماته وصفاته عن المجتمع الغربى، وصولاً إلى رؤية واضحة لمدى عمومية فروض هذه النظرية ودرجة تحققها وثبوتها فى المجتمعات المختلفة.

على أنه لا بد من الإشارة أيضاً إلى أن الدراسة الحالية، فى جوهرها، هى محاولة "تنظير" و "ربط" و "استخلاص أطر عامة" من ثلاث دراسات أو تطبيقات منفصلة قام بها الباحث خلال عام ٢٠٠١ لبلورة مفاهيم هذه النظرية ولإختبار فروضها الرئيسية:-

الدراسة الأولى: تم تطبيقها على ٢٠٠ مفردة (من سكان القاهرة الكبرى) عن تأثير التعرض لمضمونين تليفزيونيين أحدهما إيجابى (البرامج الدينية) والآخر سلبى (برامج العنف وأفلام الأكشن).

الدراسة الثانية: تم تطبيقها على ١٧٠ مفردة (ممن يمتلكون الدش) عن تأثير التعرض للقنوات الفضائية التى تقدم أفلاماً خليعة "البورنو".

الدراسة الثالثة: تم تطبيقها على ١٠٠ طالب من طلاب الجامعة الأمريكية (ممن يستخدمون الإنترنت) عن تأثير التعرض للمواقع الإباحية (X. & R. Rated Materials).

ويتم عرض نتائج هذه الدراسة "المجمعة" على مستويين:-

المستوى الأفقى: حيث يعرض الباحث لنتائج اختبارات فروض كل دراسة على حدة بصورة مستقلة عن الدراسات الأخرى.

المستوى الرأسى: حيث يحاول الباحث تقديم رؤية عامة لنتائج اختبار فروض النظرية فى المجتمع المصرى من خلال التطبيقات الثلاثة.

الفصل الأول نظريات الراى العام

ويمكن عرض عناصر ومحاور هذه الدراسة من خلال المبحثين التاليين :-
المبحث الأول: نظرية تأثيرية الآخرين: جذورها، فروضها، متغيراتها الأساسية ونتائج تطبيقاتها.

المبحث الثانى: بعض تطبيقات نظرية تأثيرية الآخرين فى المجتمع المصرى .
ويعقب هذين المبحثين مناقشة لأهم نتائج التطبيقات الثلاثة ومقترحات لدراسات لاحقة فى هذا الموضوع.

المبحث الأول
نظرية تائرية الآخرين
جذورها، فروضها، متغيراتها الانسائية
و نتائج تطبيقها

الفصل الأول نظريات الراي العام

جذور نظرية تأثيرية الآخرين : ملاحظات دافيسون وتجاربه الشخصية:

أشار دافيسون (١٩٨٣) (١١) إلى عدة ملاحظات وتجارب قادتته إلى التفكير ودفعته نحو التوصل لهذه النظرية منها:

(١) الدعاية اليابانية في الحرب العالمية الثانية:

يشير دافيسون إلى قصة إسقاط القوات اليابانية منشورات دعائية على وحدة عسكرية أمريكية في جزيرة Iwa Jima في المحيط الهادى معظم أفرادها من الأمريكيين السود ويرأسها ضباط بيض، وتدعو هذه المنشورات السود إلى الاستسلام أو الانسحاب، لأن هذه الحرب هي حرب ضد الرجل الأبيض White man's war وليست هناك خصومة مع الرجل الأسود الذى يجب ألا يخاطر بحياته أو يضحى بنفسه من أجل البيض. وقد كان لهذه المنشورات تأثيرها الفورى ! إذ انسحبت هذه الوحدة فى اليوم التالى، غير أن ما لفت دافيسون فى هذه القصة هو ما قيل عن أن سبب الانسحاب لم يكن ضغط السود ورغبتهم فى الانسحاب ولكن اعتقاد الضباط البيض فى أن مثل هذه المنشورات قد يكون لها تأثيرها السلبى الكبير على السود !!

(٢) مؤتمر دور وسائل الإعلام فى تشكيل السياسة الخارجية:

خلال اشتراكه فى مؤتمر عنونه "دور وسائل إعلام ألمانيا الغربية فى تشكيل سياسة بون الخارجية" سأل دافيسون عدداً من الصحفيين عن التأثير المحتمل لوسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه السياسات، أجاب الصحفيون بأن "مثل هذه المواد الإعلامية قد يكون لها تأثير ضئيل للغاية على أمثالنا "الشخص الأول" وعلى أمثالكم "الشخص الثانى" ولكن القارئ العادى "الشخص الثالث" سوف يتأثر كثيراً بها" !!

(٣) تأثير الحملات السياسية فى الانتخابات الألمانية:

أشار دافيسون إلى أنه فى إحدى الانتخابات المحلية فى ألمانيا، تطوع لخدمة مرشح الحزب الذى ينتمى إليه، وقبل موعد الانتخابات بيومين وجد دافيسون فى صندوق بريده بعض النشرات الدعائية التى تدعم المرشح المنافس، وقد دهش للباحث

نظريات الرأى العام الفصل الأول

من مستوى جودة هذه النشرات وأيقن أنها سيكون لها تأثير كبير، وسوف تجذب عدداً كبيراً من الناخبين لصالح هذا المرشح، وبدون تفكير طويل، شرع دافيسون فى إعداد منشورات مضادة وبنفس ممتواها، وأخذ بنفسه يوزع هذه المنشورات . الغريب، من وجهة نظر دافيسون، أن التحليلات الرسمية التى أعقبت هذه الانتخابات أشارت إلى أنه لم يكن لأى من الحملات الدعائية لكلا المرشحين أى تأثير على الناخبين.

وعندها سأل دافيسون نفسه: لماذا افترضت أن المنشورات الدعائية للمرشح المنافس سيكون لها تأثير كبير على الآخرين ؟!

هذه الملاحظات والتجارب السابقة دفعت دافيسون إلى مراجعة أدبيات الاتصال والرأى العام بحثاً عن دلائل بحثية تؤيد ملاحظاته الأولية وإن كان ما وصل إليه كان مجموعة من العبارات والجمل المتناثرة التى قد تشير أكثر من كونها تؤكد، وقد تساعد على بناء نظرية أكثر من قيامها بعملية البناء ذاتها.

فروض النظرية:

أولاً: الفرض الإدراكى Perceptual Hypothesis^(٥):

يشير الفرض الإدراكى، على النحو الذى صاغه دافيسون (١٩٨٣) إلى أن "الأفراد" الذين هم أعضاء فى جماعة ما تستقبل رسالة إقناعية معينة، يعتقدون أن الرسائل الإقناعية يكون تأثيرها على الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم^(١٢).

ويمكن صياغة الفرض الإدراكى بصورة يمكن اختبارها إمبريقياً على

النحو التالى:

توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرات وسائل الإعلام على أنفسهم من ناحية وعلى الآخرين من ناحية أخرى، بحيث ينسب الأفراد تأثيرات أكبر لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بهم".

(٥) توجد مصطلحات أخرى عديدة أطلقها الباحثون على هذا الفرض منها: فرضية التحيز الإدراكى Perceptual Bias، فرضية فجوة الإدراك Perceptual Gap، فرضية التباين بين الأنا والآخر Self- Other Discrepancy، فرضية إدراك الشخص الآخر Third person perception، ويستخدم بعض الباحثين مصطلح المكون Component بديلاً لمصطلح الفرض (الفرضية) Hypothesis.

الفصل الأول نظريات الراى العام

• الأسس النفسية والمعرفية للفرض الإبراكى:

توجد عدة تفسيرات حاول الباحثون من خلالها وضع أسس فكرية ومنطقية لهذا الفرض منها:

١. التفسير القائم على فكرة "التفاؤل غير المبني على أساس واقعى Unrealistic Optimism أو الميل (التحيز) نحو التفاؤل Optimistic Bias. وصاحب هذا التفسير هو "وينشتاين" Weinstion الذى صاغه فى دراساته عديدة له^(١٣)، ووفقاً له، فإن الأفراد، بصفة عامة، يعتقدون أنهم أقل احتمالاً للتأثر بالأحداث السلبية مقارنة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أكثر احتمالاً للتأثر بالأحداث الإيجابية مقارنة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أقل قابلية للاختراق less vulnerable أو للتعرض للأخطار مقارنة بالآخرين^(١٤) وذلك استجابة وتعبيراً عما يمكن تسميته بـ "وهم التفوق الخادع (الزائف)" illusory superiority^(١٥).

وقد وجد هذا الفرض، الذى صاغه وينشتاين، تأييداً كبيراً من عدد من الدراسات التى أجريت فى عديد من السياقات من ضمنها الإصابة بالإيدز^(١٦)، أخطار الحمل^(١٧)، المخاطر الصحية العامة^(١٨).

٢. التفسير القائم على فروض نظرية النسبة Attribution Theory: ويقوم هذا التفسير على مبدأ "خطأ النسبة الرئيسى" Fundamental Attribution Error (FAE) الذى يحدث عندما ينسب الأفراد تصرفاتهم الإيجابية لعوامل مزاجية Dispositional وينسبون تصرفات الآخرين لعوامل موقفية Situational، وفى حالة التصرفات السلبية يحدث العكس بالنسبة للفرد، إذ ينسب الفرد تصرفاته لعوامل موقفية وتصرفات الآخرين لعوامل مزاجية^(١٩).

ويشير جانثر (1991) Gunther، اعتماداً على هذا المبدأ، إلى أنه "عندما يتم تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين فإن الأفراد يميلون إلى التقليل من شأن العوامل الموقفية (الخارجية) وينسبون، إلى حد كبير، تغير آراء واتجاهات الآخرين - نتيجة تعرضهم للوسائل الإعلامية - لعوامل مزاجية خاصة بالآخرين"^(٢٠).

٣. التفسير القائم على فكرتى التهويل والتهوين / overestimation

underestimation: يشير بيرلوف (1993-1996)^(٢١) إلى أن هناك

فكرتين يمكن من خلالهما تفسير وتبرير الفرض الإدراكي:-

- فكرة التهويل: الأفراد يبالغون فى تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين.
- فكرة التهوين: الأفراد يقللون من تقدير تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم. ولكل فكرة من هاتين الفكرتين منطقتها ومبرراتها.

(أ) التهويل فى تقدير التأثيرات على الآخرين Overestimation:

ويقوم هذا التفسير على أن الأفراد لديهم بناءات معرفية ومعتقدات تشير إلى أن الوسائل الإعلامية لها تأثير كبير على متلقيها، وأن الجمهور لديه قابلية واستعداد للتأثر بهذه الرسائل، وأن تقديم هذه الرسائل فى شكل قصص أو إذاعتها حية vivid قد يعزز من تأثيراتها الإقناعية^(٢٢).

(ب) التهوين من شأن التأثيرات على النفس Underestimation:

وتقوم هذه الفكرة على ثلاثة بناءات (مكونات):-

- معرفى Cognitive: يشير إلى أن الأفراد لديهم رؤية غير واضحة لوظائفهم النفسية، ومن ثم فإنهم يفترضون أنهم لن يتأثروا بما تقدمه وسائل الإعلام من موضوعات.

- دافعى Motivational: يشير إلى أن الأفراد يحتاجون إلى الاعتقاد فى كونهم غير قابلين للتأثر (الاختراق) Invulnerable بأحداث الحياة السلبية، وذلك استجابة لما يمكن تسميته بـ "وهم السيطرة / التحكم illusion of control" وذلك بهدف دعم وتقوية هوية الفرد one's self identity.

- نفسى Psychological: يشير إلى أن هناك بعض العمليات النفسية التى تحدث بطريقة لا شعورية تتدخل فى الموضوع، منها أن الأفراد يسقطون project اعتقاداتهم عن تأثير وسائل الإعلام على الآخرين، وكذلك فإنهم ليست لديهم الرغبة أو القدرة على الاعتراف أمام النفس بأن وسائل الإعلام لها تأثير عليهم، ولذلك فإن الأفراد قد يجدون أنه من المستساغ نفسياً palatable افتراض أن الآخرين هم الذين يتأثرون وليس هم^(٢٣).

الفصل الأول نظريات الراى العام

وفى إطار مقارنته بين نتائج الدراسات التى تشير إلى فكرتى التهويل والتهوين لشار بيرلوف إلى عدم إمكانية ترجيح فكرة على الأخرى خاصة وأن هناك أدلة بحثية على أن الفرد يقوم بالعمليتين معاً: التهويل والتهوين^(٢٤).

• نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض الإدراكى:

وجد الفرض الإدراكى فى النظرية تأييداً إمبريقياً قوياً Robust من عدد كبير من الدراسات، ففى دراسة بيرلوف (١٩٩٦) Perloff والتى عرض فيها نتائج ١٦ دراسة أجريت لاختبار النظرية وجد الباحث أن دراسة واحدة فقط هى التى لم يثبت فيها الفرض وهى دراسة جلين وأوستمان (١٩٨٨) Glynn & Ostman وأرجع بيرلوف عدم إثبات الفرض فى هذه الدراسة إلى كونها قد حاولت اختبار الفرض بطريقة غير مباشرة، إذ كانت تبحث فى أسئلتها عن إدراك التوافق مع تأثير الجماعة أكبر من بحثها إدراك التأثيرات المحتملة لرسالة معينة^(٢٥).

ويمكن الإشارة إلى نتائج بعض الدراسات السابقة لهذه الدراسة واللاحقة عليها على النحو التالى:- فى الدراسة التى أجراها لازورسا (١٩٨٩) Lasorsa لاختبار تأثير المسلسل التليفزيونى Amerika^(٢٦)، خلصت الدراسة إلى أن ٣١% من المبحوثين يعتقدون أن للمسلسل تأثيراً قوياً على الاتجاهات السياسية للأخرين مقارنة بهم، فى حين ذهب ٧% إلى أن تأثير هذا المسلسل عليهم أكبر من تأثيره على الآخرين^(٢٦).

- وفى الدراسة التى أجراها روسينسكى وسالمون (١٩٩٠) Rucinski & Salmon: خلص الباحثان إلى أن عينة الدراسة من الأمريكيين الذين قدروا تأثيرات خمس أنواع من الرسائل الاتصالية السياسية على قرارهم التصويتى قد ذهبوا إلى أن تأثير هذه الرسائل على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم عند اتخاذهم قرار التصويت^(٢٧).

- وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (١٩٩٢) Griswold: أشار الباحث إلى

(*) هكذا ورد اسم المسلسل فى الدراسة، وهذا المسلسل يصور الحياة فى الولايات المتحدة بعد الإنهيار السلمى (غير الدموى) للاتحاد السوفيتى.

وجود دليل على صحة الفرض الإدراكى لدى الناخبين فى جورجيا أثناء الانتخابات الرئاسية الأولية Georgia presidential primacy^(٢٨).

- وفى الدراسة التى أجراها دوك، وهوج، وتيرى (١٩٩٥) Duck, Hogg & Terry: وذلك على عينة مكونة من ٥٤ طالباً جامعياً منتمين للأحزاب السياسية الكبرى فى أستراليا، وذلك قبل ثلاثة أيام من إجراء الانتخابات الفيدرالية فى أستراليا، أشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون فى أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بالحملات الإعلامية مقارنة بأنفسهم^(٢٩).

- وفى الدراسة التى أجراها هورينز ورويتز (١٩٩٦) Hoorens & Ruitter: على عينة من الطلاب (١١٩) فى جامعة تيلبرج Tilburg وذلك بالتطبيق على ١٢ نوعاً من الرسائل الإعلامية تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى خاصة بالنسبة للرسائل غير المرغوبة اجتماعياً^(٣٠).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريسكول (١٩٩٧) Salwen & Driscoll: تطبيقاً على أخبار محاكمة أو. جى. سيمبسون^(٣١). وذلك على عينة من المراهقين (٦٠٥) فى منطقة كولومبيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل بعتقاد الأفراد أن التغطية الصحفية لمحاكمة سيمبسون لها تأثير أكبر على اتجاهات الآخرين مقارنة بهم^(٣١).

- وفى الدراسة التى أجراها ماكلويد، وإفلاند، وناتانسون (١٩٩٧) Mcleod, Eveland & Nathanson: وذلك على عينة حجمها (٢٠٢) طالب اتصال فى جامعة Delaware عرض عليهم بعض أغاني (الراب) العنيفة Violent Rap، أشار الطلاب إلى أنهم يعتقدون أن هذه الأغاني لها تأثير على الآخرين يفوق تأثيرها عليهم^(٣٢).

- وفى الدراسة التى نشرها برايس، تويكسبرى، هوانج (١٩٩٨) Price, Tewksbury & Huang: عرضوا فيها نتائج دراستين: الأولى: تم إجراؤها على (٢٩٥) طالباً فى قسم الاتصال بجامعة ميتشجان، والثانية: تم إجراؤها على

(٣٠) رياضى أمريكى اتهم بقتل زوجته.

(١٤١) طالباً فى القسم نفسه، وذلك لدراسة تأثير نشر إعلانات تتضمن تشكيكاً فى "حرائق الهولوكست"^(٢٠) على الطلاب، أشارت نتائج الدراستين إلى ثبات الفرض الإدراكى، فالطلاب يعتقدون أن هذه الإعلانات قد تؤثر على أفكار الآخرين واتجاهاتهم بصورة أكبر من تأثيرها عليهم^(٢٢).

- وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (١٩٩٩) Hoffner et al: وذلك على عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة بالتطبيق على مواد العنف فى التلفزيون، خلصت الدراسة إلى التحقق من صحة الفرض الإدراكى، حيث يعتقد المبحوثون أن مواد العنف قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر منهم^(٢٤).

- وفى دراسة أجراها هنريكسين وفلورا (١٩٩٩) Hanriksen & Flora: على (٥٧١) من تلاميذ الصف السابع، أشارت الدراسة إلى أن هؤلاء التلاميذ يعتقدون أن إعلانات السجائر قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر من تأثيرها عليهم^(٢٥).

- وفى دراسة إيفلاند وآخرين (١٩٩٩) Eveland et al: والتى عرض فيها لنتائج دراستين: الأولى: أجريت على (٣٥٩) من طلاب الاتصال بجامعة Delaware، والثانية: على ١١٥ من طلاب الاتصال بجامعة California santa Barbara تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "أفراد العينة أكثر اعتقاداً فى أن الآخرين أكثر احتمالية للتعرض للمضمون السلبى فى وسائل الإعلام وأكثر قابلية للتأثر بهذا المضمون السلبى مقارنة بأنفسهم"^(٢٦).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوباجين (١٩٩٩) Salwen & Dupagne: على عينة مكونة من ٧٢١ شاباً وذلك تطبيقاً على ثلاثة أنواع من المضامين التلفزيونية: برامج العنف، المحاكمات التلفزيونية، الإعلانات السياسية السلبية، خلص الباحثان إلى التأكد من صحة الفرض الإدراكى بالنسبة للمضامين الثلاثة^(٢٧).

- وفى الدراسة التى أجراها تشابين (٢٠٠٠) Chapin: على عينة من تلاميذ

(٥) تطلق عليها أيضاً "مخارق اليهود"، وهى تلك المخارق المزعومة التى أعدها هتلر لليهود فى أثناء الحرب العالمية الثانية.

المدارس الأمريكية (ن-٢٢١) تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى وذلك فيما يتعلق بفرص الإصابة بمرض نقص المناعة المكتسب HIV^(٣٨).

- وفي الدراسة التى أجراها بايزر وبيتر (٢٠٠٠) Peiser & peter: على ٢٠٠ مراقب فى جنوب غرب ألمانيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل 'يميل الأفراد إلى الاعتقاد فى كونهم أقل مشاهدة للمضامين التليفزيونية غير المرغوبة اجتماعياً مقارنة بالآخرين'^(٣٩).

- وفي الدراسة التى أجراها وو وى و ساه هون كوو (٢٠٠١) Wu Wei & Sah Hoon Koo: فى سنغافورة، على وسيلة جديدة هى الإنترنت والمواقع الجنسية عليها، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (٤٣٥) من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب يعتقدون أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المواقع كما أنهم الأكثر تأثراً بها مقارنة بأنفسهم^(٤٠).

ثانياً: الفرض السلوكى Behavioral Hypothesis:

يشير الفرض السلوكى، على النحو الذى صاغه دافيسون (١٩٨٣)، إلى أن اعتقاد الأفراد فى كون الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بهم سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التى يُعتقد أنها ضارة أو على الأقل يتم إدراكها والنظر إليها على أن لها تأثيرات سلبية على الآخرين^(٤١).

• الانس النفسية والمعرفية للفرض السلوكى:

ذهب كثير من باحثى نظرية تأثرية الآخرين إلى أنه يمكن تفسير المكون السلوكى فى ضوء ما يلى:-

(١) التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية Protection Motivation Theory:

تشير هذه النظرية، لروجرز Rogers، إلى أن الحكم على درجة ومدى قابلية الشخص للتأثر بالتهديد المحيط به Susceptibility وتقييمه لقوة هذا التهديد Severity قد يدفعانه، مجتمعين، إلى اتخاذ سلوك وقائى للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد، ومن هذا المنظور فقد يصبح تأييد فرض الرقابة على وسائل

الفصل الأول نظريات الراى العام

الإعلام فى نظرية تأثيرية الآخرين هو مجرد استجابة تكيفية Adaptive Response للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وسائل الإعلام^(٤٢).

(٢) التفسير القائم على مفهوم الوالدية Paternalism Explanation: يقدم هذا المفهوم التبرير العقلانى للعلاقة بين الرسائل غير الأخلاقية وتأييد فرض الرقابة، حيث يشير هذا المفهوم إلى أن الأفراد يقومون بأفعال تصحيحية Corrective Actions لتحمى الآخرين (الذين يتم النظر إليهم على أنهم أكثر قابلية للتأثر بالمواد غير الأخلاقية مقارنة بأنفسهم)^(٤٣). وهذا التفسير الأبوى يصور الرقيب كأنه أب يقوم بعمل نمونجى (تمثلى) An Exemplary Act مقصود، ومن ثم يضى على فرض الرقابة شرعية ويجعلها مقبولة من الناحية الاجتماعية^(٤٤).

• نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض السلوكى:

على عكس الفرض الإدراكى ، الذى تم التحقق من صحته ولا يوجد اختلاف عليه، فإن الفرض السلوكى يثير الكثير من الجدل والنقاش وليس هناك اتفاق على صحته، كما أنه لم يثبت بصورة قاطعة، ويمكن عرض نتائج بعض الدراسات التى حاولت اختباره على النحو التالى:

- فى دراسة بيرلوف (١٩٩٣) perloff: والتى عرض فيها نتائج ١٤ دراسة أجريت لاختبار نظرية تأثيرية الآخرين، أشار للباحث إلى أن ثلاث دراسات فقط - من ١٤ - هى التى اختبرت الفرض السلوكى وقدمت تأييداً متوسطاً Mild support لهذا الفرض^(٤٥).

- وفى دراسة موتز (١٩٨٩) Mutz: وجدت للباحثة أن إدراك تأثير التغطية الإعلامية المعارضة لقضية خلافة قد قلل من النية للإشتراك فى المناقشات الجماعية والعامه حول هذه القضية^(٤٦).

- وفى دراسة روسينسكى وسالمون (١٩٩٠) Ruciniski & Salmon: والتى تم تطبيقها على الانتخابات الأمريكية (١٩٨٨) تم إثبات الفرض الإدراكى بينما لم يثبت الفرض السلوكى^(٤٧).

نظريات الراس العام **=====** الفصل الأول

مصر (بالإضافة إلى أرقام تليفونات وأسماء المشتركين فى شبكة فودافون Vodafone) (*).

- بواسطة بعض البرامج الإحصائية (SPSS- Excel): تم سحب عينة عشوائية (كان عددها ٣٠٠ مفردة) وللوصول إلى العدد ٢٠٠ مفردة تم إجراء ٢٦٥ مكالمة (بلغت نسبة الاستجابة والموافقة ٧٥,٥% وهى نسبة معقولة وجيدة فى ضوء جودة التكنيك نسبياً فى مصر واعتقاد نسبة كبيرة فى كون هذه الاتصالات بغرض المعاكسة)، وبلغ متوسط المدة الزمنية للمكالمة ١٩ دقيقة (**).
- الإطار الزمنى لجمع البيانات: تم إجراء المكالمات التليفونية خلال النصف الأول من شهر يونيو ٢٠٠١.
- خصائص العينة: يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

(*) بالإضافة إلى هذا الموقع يوجد قرص مضغوط (CD) يباع فى الأسواق وعليه للبيانات نفسها، وتمت الاستعانة به أيضاً.

(**) ساعد الباحث فى القيام بهذه الاتصالات التليفونية الباحثون الآتى أسماؤهم:

- هويدا الدر (ماجستير إعلام): رئيس قسم بحوث المشتركين بالـ ART.
- عمر فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- إيمان فتحى: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.
- صلاح فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- مروة خفاجة: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.

نظريات الراى العام **=====** الفصل الأول

- وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (Griswold 1992): أشار الباحث إلى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثيرة الآخرين بالدعاية الإنتخابية ومستوى الرغبة فى التصويت (النية للتصويت) (٤٨).

- وفى دراسة ماكلويد وآخرين (McLeod et al 1996): أشار الباحثون إلى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثيرة الآخرين (الفرض الإدراكى) ودرجة تأييد فرض للرقابة على الأفلام التى تصور العنف أو تتضمن مشاهد جنسية (٤٩).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريسكول (Salwen & Driscoll 1997): على عينة قدرها (٦٠٥) طالباً. لم يتم التحقق من للفرض السلوكى القائل "يوجد ارتباط إيجابى بين مستوى الاعتقاد فى أن التغطية الصحفية لمحاكمة أو، جى، سيمبسون سيكون تأثيرها على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم ودرجة تأييدهم لفرض رقابة على تغطية الصحافة لهذه المحاكمة ، ويفسر الباحثان عدم التحقق من هذا الفرض فى ضوء طبيعة القضية وكونها خلافة وذلك مقارنة بأفلام العنف التى لا يختلف أحد على تأثيراتها (٥٠).

- وفى دراسة ماسكلويد، إيفلاند وناتاسون (McLeod, Eveland & Nathanson 1997): التى تم إجراؤها على عينة مكونة من (٢٠٢) طالب اتصال فى جامعة Delaware ومدى اعتقادهم فى تأثير موسيقى (الراب) العنيفة على الآخرين، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى للمتعلق بفرض رقابة على هذه الموسيقى (٥١).

- وفى دراسة برايس، تويكسبرى، هوانج (Price, Tewksbury & Huang 1998): التى تم تطبيقها على إعلانات تشكك فى "حرائق الهولوكست" أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتقاد فى تأثيرة الآخرين بهذه الإعلانات ومستوى الرغبة فى فرض رقابة ، ومنع نشر، مثل هذه الإعلانات (٥٢).

- وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (Hoffner et al 1999): وذلك على عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة - خلص الباحثون إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى فيما يتعلق بمواد العنف

الفصل الأول نظريات الراي العام

فى التليفزيون، بينما لم يتحقق الفرض فيما يتعلق بالمواد التى قد تشوه من صورة العالم لدى الأفراد وتجعله وضيقاً *Mean World*، وفسر الباحثون ذلك فى ضوء وجهة النظر القائلة بأن تأييد فرض الرقابة يكون مدفوعاً بصفة أساسية برغبة الفرد فى حماية ووقاية المجتمع من التأثيرات السلبية المترتبة على التعرض لوسائل الإعلام، وعرض التليفزيون لمواد العنف من شأنه تهديد صحة وسلامة المواطنين، بينما نجد أن مدركات العالم الوضيع هى مدركات داخلية *Internal* وليس لها ، من وجهة نظر هؤلاء الباحثين ، تأثيرات ملحوظة أو فورية على المجتمع^(٥٣).

- وفى الدراسة التى أجراها دوباجين، سالوين، بول (١٩٩٩) *Dupagne, Salwen & paul*: على عينة مكونة من (٧٢١) شاباً وذلك لاختبار الفرض السلوكى على موضوعات ثلاثة هى: مواد العنف فى التليفزيون، المحاكمات التليفزيونية، الإعلانات السياسية السلبية، خلصت الدراسة إلى أن النتائج المتعلقة بالفرض السلوكى لم تكن مؤكدة تماماً *Were less clear cut*^(٥٤).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوباجين (١٩٩٩) *Salwen & Dupagne*: تم التأكد من صحة الفرض القائل إن "إدراك تأثرية الآخرين بالمضامين الضارة يعتبر مؤشراً إيجابياً على تأييد فرض الرقابة على الرسائل ذات التأثير السلبى"، كما تم التحقق جزئياً من الفرض القائل إن "إدراك التأثيرات غير الأخلاقية للمضامين الإعلانية ينتج عنها تأييد أكبر لفرض الرقابة مقارنة بإدراك التأثيرات العامة. وخلص الباحثان إلى القول بأن تحقق الفرض السلوكى هو "تحقق مشروط" أو هو تحقق مبنى على نوع القضية أو الموقف *Situationally Based*^(٥٥).

- وفى الدراسة التى أجراها فين وى و بادن (٢٠٠٠) *Ven Wei & Padden*: بهدف اقتراح طريقة مختلفة للنظر إلى العلاقة بين الفرضين الإدراكى والسلوكى، خلصت الدراسة التى تم تطبيقها على طلاب ١٥ مدرسة ثانوية (ن=١٨٥٨) إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل إن "إدراك التأثيرات السلبية الضارة على الآخرين يمكن اعتباره مؤشراً جيداً لتأييد فرض الرقابة على أفلام العرى

والجنس^(٥٦).

- وفي الدراسة التى أجراها وو وى وساه هون كوو (٢٠٠١) Wu wei & Sah Hoon Koo: فى سنغافورة، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل بوجود علاقة بين الاعتقاد فى تأثيرية الآخرين بشدة بالمضامين الجنسية على مواقع الإنترنت والاتجاه المؤيد لفرض رقابة وقيود عليها^(٥٧).

• المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثيرية الآخرين:

أجريت العديد من الدراسات بهدف اختبار المتغيرات والعوامل التى تؤثر على فروض النظرية وعلى منطلقاتها الأساسية، ولعلّ جده النظرية وحدائتها قد أفسح المجال أمام عدد كبير من الباحثين لاختبار هذه المتغيرات ولقياس فاعليتها غير أنه فى المقابل جعل الاتفاق على اتجاه معين لتأثيرات هذه المتغيرات وعلى دور واضح لهذه العوامل أمراً بالغ الصعوبة.

ويمكن عرض أهم المتغيرات المطروحة للاختبار فى إطار نظرية تأثيرية الآخرين على النحو التالى:-

(١) المتغيرات والعوامل الخاصة بالمصدر:

- تحيز المصدر ودرجة الثقة به:

تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية Perceptual Gap (الفرض الإدراكى) تزداد حينما يتم النظر إلى مصدر الرسالة على أنه متحيز بشكل سلبى Negatively Biased^(٥٨)، أو أنه غير أهل للثقة به Untrustworthy^(٥٩)، وكذلك حينما يعزى الجمهور وينسب النية الإقناعية للمصدر^(٦٠).

فى دراسة تجريبية أجراها كوهين وتلاميذه Cohen (١٩٨٨) عرضوا خلالها قصة إخبارية بها كذب وتشهير لأحد الأشخاص المشهورين Libelous News Story على ثلاث مجموعات:

- الأولى: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً ضد هذا الشخص.
- والثانية: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً لهذا الشخص.

الفصل الأول نظريات الراى العام

• والثالثة: لم يتم نسبتها لمصدر، وقد وجد الباحثون أن للفرض الإدراكي قد تحقق في المجموعة الأولى بصورة أكبر وأبرز من المجموعتين الأخرين^(١١).

النتيجة نفسها وجدها جانثر (1991) Gunther حيث وجد أن الفجوة الإدراكية كانت كبيرة عندما تم نسب القصة لمصدر متحيز (وهى صحيفة The National Enquirer) أكثر من نسبتها لمصدر يتسم بالموضوعية والحياد أو يتم النظر إليه على هذا (وهى The New York times)^(١٢).

(٢) المتغيرات والعوامل الخاصة بالرسالة:

- موضوع الرسالة ومدى مقبوليته اجتماعياً:

يمكن القول بصفة عامة إن الغالبية العظمى من دراسات نظرية تأثيرية الآخرين قد ركزت على رسائل لها نتائج سلبية Negative أو ضارة Harmful أو غير مرغوبة اجتماعياً Social undesirable أو غير وظيفية Disfunctional ومنها:-

- مواد العنف فى التلفزيون^(١٣).
- أفلام العرى (البورنو)^(١٤).
- البرامج الجنسية للصريحة فى قنوات الكابل^(١٥).
- الإعلانات السياسية السلبية^(١٦).
- تغطية أخبار الفضائح^(١٧).

إذ من شأن هذه الرسائل أن تجعل الشخص يقول "إن تأثيرات هذه الرسائل ليست جيدة بالنسبة لى" أو إنه ليس من اللائق أن أتأثر بهذه الرسائل^(١٨). ومن ثم فإن هذا الاختيار قد يعطى منطقية لاختبار النظرية، فالمضمون السلبى غير المقبول اجتماعياً قد يزيد من اتساع الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الذات / والآخرين فى حين أن المضمون الإيجابى المقبول اجتماعياً قد يلغى ويضيق هذه الفجوة أو قد يعكس الفروض الإدراكي^(١٩). (٢٠)

(*) يشير للفرض الإدراكي العكسى Reversed Third person أو ما يطلق عليه أحيانا تأثيرية الأنا First Person Effect إلى أن الأفراد يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بالآخرين الأقل تأثراً بها.

نظريات الراى العام الفصل الأول

ويفسر الباحثون هذه الفرضية فى ضوء نظرية الدوافع، ووفقاً لها فإنه فى حالة القضايا السلبية يمكن تفسير العلاقة فى ضوء الميل العام لمعظم الأفراد نحو العمل بطريقة متحيزة تخدم الذات والذى يقودهم إلى تصوير أنفسهم بصورة جيدة مقارنة بالآخرين^(٧٠)، وذلك إما بهدف الدفاع عن النفس Ego Defensive Function^(٧١) أو دعم وتمجيد الذات Ego Enhancement^(٧٢). أما فى حالة القضايا الإيجابية فإن وظيفة الدفاع عن النفس أو دعمها قد يقل فاعليتها وقد تتلاشى^(٧٣).

وعلى صعيد نتائج الدراسات الإمبريقية يمكن الإشارة إلى نماذج من الدراسات التى اختبرت هذه الفرضية على النحو التالى:

• فى الدراسة التى أجراها جانثر وأنج (1٩٩٦) Gunther & Ang: فى سنغافورة على عشرة أنواع من المضامين التليفزيونية، أشار الباحثان إلى تحقق فروض النظرية مع خمسة موضوعات سلبية متعلقة بالجنس وأفلام العرى أكثر من تحققها مع الموضوعات الإيجابية^(٧٤).

• وفى الدراسة التى أجراها هورينز ورويتز (1٩٩٦) Hoornes & Ruiters على عينة من طلاب جامعة Tilburg وذلك على ١٢ رسالة إعلامية (نصفها مقبول اجتماعياً ونصفها غير مقبول) أشار الباحثان إلى تحقق فروض النظرية مع الرسائل غير المقبولة اجتماعياً ولم تتحقق مع الرسائل المقبولة اجتماعياً^(٧٥).

• وفى الدراسة التى أجراها آينس وزيتز (1٩٩٨) Innes & Zeitz على ثلاث قضايا بعضها إيجابى وبعضها سلبى خلص الباحثان إلى أن فروض النظرية تتحقق فى حالة مواد العنف بدرجة أكبر من تحققها فى حالة الحملة الإعلانية ضد قيادة المخمورين أو الحملات السياسية السلبية^(٧٦).

ومن الدراسات التى تحقق فيها الفرض الإيمارى العكسى:

• فى الدراسة التى أجراها هنريكسن وفلورا (1٩٩٩) Henriksen & Flora: على عينة مكونة من (٦٦٦) من تلاميذ الصفوف الرابع والسادس والثامن وتم عرض عليهم شريط فيديو مدته ١٠ دقائق يحتوى على إعلانات ضد التدخين، أشار التلاميذ إلى اعتقادهم بأن هذه الإعلانات قد يكون لها تأثير أكبر عليهم مقارنة

بنأثيرها على زملائهم وأقرانهم^(٧٧).

- وفى الدراسة التى أجراها جون تشابين (٢٠٠٠) Chapin على حملة إعلانية عن "الجنس الآمن" Safe Sex أشار ٣٤% من المبحوثين أنهم يعتقدون أنهم أكثر تآثراً من الآخرين بهذه الرسائل الإعلانية^(٧٨).

(٣) المتغيرات والعوامل المتعلقة بالمستقبل (خصائص الجمهور):

أ. مستوى الاستغراق فى القضية (الارتباط - الاندماج):

وفقاً للفروض التى صاغها دافيسون، واعتماداً على نظرية الحكم الاجتماعى Social Judgment Theory اختبر عدد من الباحثين تأثير استغراق المبحوثين فى القضية ego-Involvement وارتباطهم بها على الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا والآخرين.

فى دراسة تجريبية أجراها بيرلوف (١٩٨٩) Perloff أعد الباحث شريط فيديو مسجلاً عليه تغطية تليفزيونية لحرب لبنان (١٩٨٢) وعرض هذا الشريط على ثلاث مجموعات: الأولى مؤيدة لإسرائيل والثانية مؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية والثالثة محايدة. وقد دلت نتائج الدراسة على أن المجموعة الأولى (المؤيدة لإسرائيل) ترى أن هذه التغطية التليفزيونية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) منحازاً للفلسطينيين أكثر من الإسرائيليين. فى حين أن المجموعة الثانية (المؤيدة لمنظمة التحرير) ترى أن هذه التغطية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) أكثر تعاطفاً وتأييداً للإسرائيليين^(٧٩).

نتائج مشابهة لذلك خرجت بها دراسة فالون وآخرين (١٩٨٥) Vallone et al^(٨٠). وكذلك دراسة موتز (١٩٨٩) Mutz التى استخدمت مصطلح أهمية القضية Importance بدلاً لمصطلح الاستغراق^(٨١).

ب- مستوى المعرفة (مستوى التعليم):

أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا والآخرين تزداد عندما يعتقد المبحوثون أنهم على علم ودراية بالقضية موضوع البحث^(٨٢) وإن كان غير معروف، حتى الآن، ما إذا كان اعتقاد الفرد فى كونه خبيراً Expert بقضية معينة قد يزيد الفجوة أم لا^(٨٣).

نظريات الراى العام الفصل الأول

كذلك فإن من المتغيرات المهمة فى هذا الإطار هو تقييم الأفراد لمعلوماتهم ولأنفسهم، فلقد أشارت موتز (1989) Mutz، على سبيل المثال، إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة ستانفورد Stanford عن مثيلاتها لدى الطلاب^(٨٤)، وإن كانت دراسة ماكلويد، إيفلاند، و ناثانسون (1997) Mcleod, Eveland & Nathanson لم تتحقق من ذلك^(٨٥).

وفى الاتجاه ذاته، وجد تيدج وآخرون (1991) Tiedge أن الفجوة الإدراكية تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليماً، فالأكثر تعليماً، قد يعتبرون أنفسهم "جماعة صفوة" Elite Group بسبب تعليمهم، ومن ثم فإنهم يعتقدون أنهم أقل تأثراً بوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين^(٨٦).

وقد يكون الاعتقاد فى صحة المعلومات لدى الفرد أهم من درجة دقتها وصحتها فى الواقع، ففى دراسة لازورسا (1989) Lasorsa والتي تمت المقارنة فيها بين المعرفة الشخصية Self- assessed knowledge والمعرفة الواقعية Actual Knowledge عن تأثير مسلسل عرض فى الولايات المتحدة عن الحياة فى أمريكا بعد الإنهيار غير الدموى (السلمى) للاتحاد السوفيتى^(٨٧) وجدت الباحثة أن اعتقاد المبحوثين فى صحة معلوماتهم بغض النظر عن مدى دقتها كان متغيراً إيجابياً وفعالاً^(٨٧).

وفى دراسة دريسكول وسالوين (1997) Driscoll & Salwen والتي تم تطبيقها على (٦٠٥) شاباً، خلص الباحثان إلى أن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كما أكبر من المعلومات عن الأحداث الجارية مقارنة بالآخرين هو الأكثر اعتقاداً فى تأثيرية الآخرين، كذلك فإن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كما أكبر من المعلومات المتعلقة بقضية معينة هو الأكثر اعتقاداً فى تأثيرية الآخرين^(٨٨).

ج- المسافة الاجتماعية / النفسية:

يشير مفهوم المسافة الاجتماعية / النفسية إلى الطريقة التى من خلالها يحدد الفرد موقع أقرانه عندما يقوم بعملية المقارنة، ومن المصطلحات الأخرى التى يتم استخدامها للتعبير عن هذه العملية مصطلح "المقارنة التنازلية Downward

(٨٥) . مسلسل Amerika .

الفصل الأول نظريات الراس العام

Comparison والتي يستخدمها الأفراد، على حد تعبير ويلز (1981) Wills، لدعم وتقوية وجودهم الذاتى subjective well-being وذلك عن طريق مقارنة أنفسهم بأخرين أقل حظاً منهم less fortunate^(٨٩).

وفى إطار نظرية تأثيرية الآخرين، يشير بيرلوف (1996) perloff إلى أنه من ست عشرة دراسة تم فحصها وجدت ثلاث دراسات أن الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا والآخرين تتسع كلما تم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عنهم^(٩٠). على أن هذه النتيجة غير مؤكدة فى ظل تباين نتائج الدراسات التى أختبرت هذا الفرض. فمن الدراسات التى أثبتت هذه الفرضية يمكن الإشارة إلى:

- دراسة كوهين وآخرين (1988) Cohen et al، وقد أشارت نتائجها إلى أن المبحوثين يعتقدون أن القصص الإخبارية قد يكون لها تأثير أكبر على الطلاب الآخرين فى جامعة ستانفورد مقارنة بأنفسهم، وقد يكون لها تأثير أكبر على سكان كاليفورنيا مقارنة بتأثيرها على طلاب جامعة ستانفورد، وقد يكون لها تأثير أكبر على بقية الشعب الأمريكى مقارنة بسكان كاليفورنيا^(٩١).

- دراسة جانثر (1991) Gunther وكانت جماعات المقارنة مع الذات هي: بقية طلاب جامعة منيسوتا، المعارف، بقية الناس وخلصت إلى النتيجة ذاتها^(٩٢).

- دراسة بروسيوس وإنجيل (1996) Brosius & Engel وكانت جماعات المقارنة مع الذات هي: بقية أفراد الأسرة، الجيران، بقية السكان فى الولاية، بقية الاستراليين، الآخرين بصفة عامة^(٩٣).

- دراسة إيفلاند وآخرين (1999) Eveland et al والنسب عرض فيها لنتائج دراستين، الأولى على طلاب جامعة Delaware والأخرى على طلاب California Santa Barbara وجاءت نتائج الدراستين متسقة مع نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق باتساع الفجوة الإدراكية، باتساع المسافة الاجتماعية^(٩٤).

ومن الدراسات التى لم تتحقق من الفرضية يمكن الإشارة إلى:

- دراسة كوهين وديفيز (1991) Cohen & Davis وكانت جماعات المقارنة مع الذات هي: الناس فى مسقط رأسى، الناس فى منطقتى، الناس فى الولايات

المتحدة بصفة عامة^(٩٥).

- دراسة ماكلويد وآخرين (١٩٩٧) Mcleod et al وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى: بقية طلاب جامعة Delaware، شباب نيويورك ولوس إنجليس، الإنسان العادى^(٩٦).

(٤) متغيرات وعوامل خاصة بالقياس:

- ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

يشير بعض الباحثين إلى أن طريقة إجابة المبحوثين عن الأسئلة المقدمة لهم فى الاستمارة وترتيب هذه الأسئلة وتسلسلها قد ينتج عنها مقارنة ظاهرية بين تأثيرية الذات والآخرين Self- Others Comparison وقد يؤدي هذا إلى وجود ما يمكن تسميته بالتحيز للخادم للذات Self- Serving Bias (ومن المصطلحات الأخرى Anchoring Bias).

وتشير هذه الظاهرة إلى أن الأفراد يميلون إلى تفسير تصرفاتهم بطريقة فيها إطراء للذات Self Flattering tendency^(٩٧) وهذا ينتج عن عاملين:-

- الرغبة فى حماية ودعم مستوى تقدير الذات لدى الفرد.
- الرغبة فى الظهور بمنظر جيد أمام الآخرين^(٩٧).

ومن ثم فإن تحقق فروض النظرية قد يكون نتيجة مصطنعة لترتيب الأسئلة an artifact of the order of Questions^(٩٨) وهو ما يطلق عليه فى أدبيات الاتصال تأثير الاتساق أو التتابع consistency or carry over effect^(٩٩).

ولقد اعترف كثير من الباحثين بمشكلة ترتيب الأسئلة، وحاول بعضهم مواجهة هذه المشكلة بتغيير وتعديل ترتيب الأسئلة، وباستثناء دراسة ديفيد وجونسون (١٩٩٨) David & Johnson^(١٠٠). فإن هذه الدراسات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة

(٩٥) من المصطلحات الأخرى التى يتم إطلاقها على هذه العملية:

- الوهم الإيجابى Positive Illusion.
- التفرد بعدم للقابلية للاختراق unique Invulnerability.
- عرض الاعتقاد فى "إنه لا يمكن أن يحدث لى هذا"

The "it can't happen to me" syndrome.

الفصل الأول نظريات الراس العمام

ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة، إلى الحد الذي دفع بروسيسوس وإنجيل (١٩٩٦) Brosisus & Engel إلى المطالبة بإبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية في مجال دراسات نظرية تأثيرية الآخرين^(١٠١).

فعلى سبيل المثال، في دراسة برايس وتوكسبري (١٩٩٦) price & tewksbury تم تقسيم المبحوثين إلى مجموعتين: مجموعة تجيب عن أسئلة الذات فقط ومجموعة تجيب عن أسئلة الآخرين فقط، وطبقا لذلك على عدة قضايا، ووجدا أنه لا توجد اختلافات جوهرية أو منظمة^(١٠٢).

وفي دراسة ديوجين، سالوين، بول (١٩٩٩) Dupagne, Salwen & paul تم تقسيم المبحوثين (ن=٧٢١) إلى أربع مجموعات تجيب كل مجموعة عن ترتيب معين: الأولى: تجيب عن أسئلة الذات (self) ثم أسئلة الآخرين (Others) ثم أسئلة فرض القيود (Restrictions) (S-O-R).

الثانية: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة O-S-R.

الثالثة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R-S-O.

الرابعة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R-O-S.

ولم تجد الدراسة فروقا بين النتائج المتعلقة بالمجموعات الأربعة^(١٠٣)

المبحث الثانى

بعض تطبيقات نظرية تاثيرية الآخرين

فى المجتمع المصرى

الفصل الأول نظريات الراى العام

يعرض الباحث، فى هذا المبحث نتائج ثلاث تطبيقات أجراها خلال النصف الثانى من عام ٢٠٠١ لاختبار فروض النظرية ومتغيراتها الأساسية، وقد ركز البحث فى كل تطبيق على عدة متغيرات وأهمل بعضها الآخر، غير أنها، التطبيقات الثلاثة معا، تقدم صورة متكاملة نسبياً للنظرية ولأهم نتائجها فى مصر.

التطبيق الأول: البرامج الدينية فى مقابل برامج العنف وأفلام الأكشن:

* إطار التطبيق: من المضامين التى يتم تقديمها فى التلفزيون المصرى تم اختيار مضمونين يمكن تصنيف أحدهما على أنه "مضمون إيجابى هادف" وهى البرامج الدينية، ويمكن تصنيف الآخر على أنه "سلبى" وهى برامج العنف وأفلام الأكشن. وتم تطبيق الدراسة لاختبار فروض النظرية على كلا المضمونين.

* فروض الدراسة:

أولاً: فروض متعلقة بالمكون الإدراكى:

(١) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (المسافة بين تقدير تأثرية الأنا وتقدير تأثرية الآخرين) باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التلفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.

وينبثق من هذا الفرض فرضان فرعيان:-

أ- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالبرامج الدينية فى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا).

ب- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم ببرامج العنف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الآخرين).

(٢) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية (النوع - المستوى الاقتصادى - الفئة السنية).

ثانياً: فروض متعلقة بالمكون السلوكى:

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التلفزيونية المراد قياس تأثيرها (زيادة مساحة البرامج الدينية - فرض رقابة على برامج العنف).

نظريات الراى العام الفصل الأول

(٤) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية.

ثالثاً: فروض متعلقة بطريقة القياس :

(٥) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة (المتعلقة بالتأثير) فى استمارة الاستبيان.

(٦) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان.

• منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس المكون الإدراكي:

اتساقاً مع الدراسات السابقة واتباعاً لأسلوبها فى طريقة قياس المكون الإدراكي تم تكوين مقياس تجميعي يتكون من ثلاثة أسئلة هي:-

(١) لو قارنت نفسك بغيرك من الأفراد فهل تعتقد (أو تتوقع) أن هذه المضامين (المراد قياس تأثيرها: كل مضمون على حدة).

• أكثر تأثيراً عليك أكثر تأثيراً على الآخرين.

(٢) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين عليك ؟

• (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية التي تبدأ بـ "تأثير قوى جداً" وتنتهى بـ "ضعيف جداً").

(٣) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين على الآخرين ؟

• (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية على النحو السابق).

ثانياً: طريقة قياس المكون السلوكي:

اتساقاً مع الدراسات السابقة أيضاً تم قياس المكون السلوكي على النحو التالي:

(١) البرامج الدينية:

أ- إلى أى حد توافق (أولاً توافق) على زيادة عدد البرامج الدينية فى التلفزيون ؟

الفصل الأول نظريات الراى العام

ب- إلى أى حد توافق (أولا توافق) على إنشاء قناة دينية متخصصة فى مصر ؟
(الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية).

(٢) برامج العنف وأفلام الأكشن:

• من فضلك: إلى أى حد توافق على فرض رقابة أو وضع قيود على البرامج والأفلام التى تحتوى على مواد عنف فى التلفزيون ؟ (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية).

ثالثا: طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

تم إعداد أربع نسخ من الاستمارة، روعى فى كل نسخة أن يتم ترتيب الأسئلة بطريقة مختلفة عن النسخ الأخرى وذلك على النحو التالى:-

(١) النسخة الأولى: وتم ترتيب الأسئلة فيها بالطريقة التقليدية المتبعة فى معظم دراسات النظرية، وهى تبدأ بالأسئلة المتعلقة بالتأثير على الأنا (Self) ثم الأسئلة المتعلقة بالتأثير على الآخرين (Others) ثم الأسئلة المتعلقة بالمكون السلوكى (Restrictions) وتسمى هذه الطريقة (S.O.R).

(٢) النسخة الثانية: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (Others- Self- (O. S. R. Restrictions).

(٣) النسخة الثالثة: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. S. O).

(٤) النسخة الرابعة: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. O. S).

• منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها مع المبحوثين من خلال التليفون (مسح تليفونى).

• عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة على ٢٠٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى تم اختيارهم بطريقة عشوائية (عينة عشوائية بسيطة) وذلك وفقاً للخطوات التالية:-

• تم الدخول على موقع [Http/www. 140 online.com](http://www.140online.com): وهو موقع خاص بالشركة المصرية للاتصالات، ويحتوى على جميع أرقام تليفونات وأسماء المشتركين فى

جدول رقم (١)

خصائص عينة التطبيق الأول

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	١٠٧	٥٣,٥
إناث	٩٣	٤٦,٥
• العمر		
- أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٢
- ٢٠ - ٤٠ سنة	١٠٨	٥٤
- ٤٠ - ٦٠ سنة	٤٩	٢٤,٥
- ٦٠ سنة فأكثر	١٩	٩,٥
• المستوى الاقتصادي		
- منخفض	٢٨	١٤
- متوسط	٨٤	٤٢
- مرتفع	٨٨	٤٤
• المستوى التعليمي		
- منخفض	٣	١,٥
- متوسط	٥٢	٢٦
- مرتفع	١٤٥	٧٢,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

نتائج اختبارات الفروض:

• الفرض الأول: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.

1- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالبرامج الدينية فى مقابل تأثيرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا)

• تشير نتائج الدراسة إلى أن (٩٥,٥%) من حجم العينة يتعرضون للبرامج الدينية فى التليفزيون المصرى، وبرت النسبة المتبقية (٤,٥%) عدم مشاهدتها لهذه البرامج فى ضوء الإنشغال الدائم. وعدم معرفة مواعيد بث هذه البرامج...

• وفى إطار المقارنة بين الأنا والآخرين فى حجم التعرض للبرامج الدينية أشار (٤٦,٥%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتبرون أنفسهم أكثر تعرضاً للبرامج الدينية من الآخرين، فى حين يشير (٥٣,٥%) إلى أنهم يعتقدون أن الآخرين أكثر مشاهدة منهم.

• وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٣%) من مفردات العينة يعتقدون أن هذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (١٦%) أن لها تأثيراً ولكنه ضعيف، ويشير (٨١%) إلى أن لها تأثيراً قوياً عليهم وعلى الآخرين.

• بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بالبرامج الدينية فى التليفزيون المصرى أشار (٧٩%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بها من الآخرين، فى حين أشار (٢١%) إلى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.

• لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم فى مقابل تأثيرية الآخرين، تم إجراء اختبار 'ت' بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:

جدول رقم (٢)

نتائج اختبار 'ت' للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخريين بالبرامج الدينية

مجال التأثير	متوسط M	الانحراف المعياري SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	٤,٣٧	١,٠٣	١٩٩	٠,١٥	٠,٩٠٣	٢,٤٣	٠,٠١
التأثير على الآخريين	٤,٢٢	١,٣٥	١٩٩				

ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم بالبرامج الدينية أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخريين، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = (٢,٤٣) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (أ).

ب- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم ببرامج العنف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثرية الآخريين (التأثير الأكبر على الآخريين)

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٧١%) من مفردات العينة يشاهدون بشكل منتظم أو بالمصادفة برامج العنف وأفلام الأكشن فى التلفزيون المصرى، فى حين يوجد (٢٩%) لا يتعرضون لهذه البرامج.
- فى إطار المقارنة بين الأنا والآخريين فى حجم التعرض لبرامج العنف والأكشن تشير نتائج الدراسة إلى أن (٣١%) من مفردات العينة يعتقدون أنهم أكثر مشاهدة من الآخريين، فى حين يعتقد (٦٩%) أن الآخريين أكثر مشاهدة منهم.
- وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٨,٥%) من مفردات العينة يعتقدون أن هذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (٢٨,٥%) أن لها تأثيراً ولكنه ضعيف، ويعتقد (٦٣%) أن لها تأثيراً قوياً على مشاهديها.
- بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بهذه النوعية من البرامج أشار

نظريات الراى العام الفصل الأول

١١% إلى اعتقادهم فى كونهم الأكثر تأثراً بهذه البرامج مقارنة بالآخرين، فى حين أشار (٨٩%) إلى اعتقادهم فى كون الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج مقارنة بهم.

- لاختبار وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم فى مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة، وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:-

جدول رقم (٣)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين ببرامج العنف

P	قيمة ت	SD	الفروق	درجات الحرية	الانحراف المعياري SD	المتوسط ط M	مجال التأثير
٠,٠٠٠١	١٨,١	١,٥	١,٩٣	١٩٩	١,٣٥	٢,٢٤	التأثير على الذات
				١٩٩	٠,٩٥	٤,١٧	التأثير على الآخرين

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين ببرامج العنف ($M = ٤,١٧$ ، $SD = ١,٣٥$) أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرتهم ($M = ٢,٢٤$ ، $SD = ٠,٩٥$) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = (١٨,١) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (ب).

- ومن أ، ب يمكن لنا قبول الفرض الأول القائل تختلف مساحة الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.

الفرض الثانى: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية (النوع - المستوى الاقتصادى - الفئة السنية).

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينات المستقلة Independent

الفصل الأول نظريات الراى العام

Sample T.Test بالنسبة لكل خصيصة على حدة. ويجمل الجدول التالى نتائج اختبارات "ت" لهذه الخصائص بالنسبة للمضمونين المراد قياس تأثيرهما:-

جدول رقم (٤)

نتائج اختبارات "ت" للفروق بين الخصائص الديموجرافية

ملاحظات	P	قيمة ت	أ. البرامج الدينية
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث عن الذكور غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٠٩	١,٦٧	النوع
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى عن الأقل فى المستوى الاقتصادى غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٤٥٦	٠,٧٤٨	المستوى الاقتصادى
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر سناً عن الأصغر سناً غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٨٣٥	٠,٢١٠	الفئة السنية
ملاحظات	P	قيمة ت	ب. برامج العنف
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث وبفروق دالة عن الذكور	٠,٠٤	٢,٠٤	النوع
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى وبفروق دالة عن الأقل فى المستوى الاقتصادى.	٠,٠٠٠١	٣,٨٦	المستوى الاقتصادى
تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر سناً وبفروق دالة عن الأصغر سناً.	٠,٠٠٠١	٣,٤٣	الفئة السنية

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

- ١- فيما يتعلق بالبرامج الدينية لم يثبت الفرض، حيث إن قيم "ت" غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

نظريات الراى العام الفصل الأول

ب- فيما يتعلق ببرامج العنف يمكن قبول الفرض، حيث وجد أن الإناث أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الذكور، وكذا وجد أن الأعلى فى المستوى الاقتصادى أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الأقل فى المستوى الاقتصادى، وكذا وجد أن الأكبر سناً أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الأصغر سناً. وجميع هذه الفروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

معنى هذا أن الفروق بين الأفراد تتلاشى وتختفى فى حالة القضايا (والمضامين) الإيجابية وتبرز وتظهر فى حالة المضامين السلبية. وعلى هذا نقبل الفرض الثانى جزئياً فى حالة المضامين السلبية، ونرفضه جزئياً فى حالة المضامين الإيجابية.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفود لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء بيرسون person للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٥)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

P	معامل ارتباط بيرسون r	العلاقة
		• البرامج الدينية
٠,٠٠٠١	٠,٢٧١	- مساحة لفجوة الإدراكية • زيادة الجرعة الدينية
٠,٠٠٠١	٠,٥١٣	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الأنا • زيادة الجرعة الدينية
٠,٠٠٠١	٠,٣٧٦	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الآخرين • زيادة الجرعة الدينية
		• برامج العنف وأفلام الأكشن
٠,١٩٤	٠,٠٩٢	- مساحة لفجوة الإدراكية • فرض رقابة ووضع قيود
٠,٢٩٣	٠,٠٧٥	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الأنا • فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٠٠١	٠,٢٥٢	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الآخرين • فرض رقابة ووضع قيود

الفصل الأول نظريات الراى العام

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

أ- أن الفرض السلوكى يمكن قبوله فى حالة المضمون الإيجابى (البرامج الدينية) حيث توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد زيادة الجرعة الدينية أو إنشاء قناة دينية متخصصة، فى حين أنه لا يمكن قبول الفرض فيما يتعلق ببرامج العنف.

ب- إن شدة العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى فيما يتعلق بالبرامج الدينية تزيد عندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج مقارنة بشدتها عندما يعتقد الفرد أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج على هذا يمكن لنا قبول الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المكونين الإدراكى والسلوكى فى حالة البرامج الدينية، ويمكن لنا رفض الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية بين المكونين الإدراكى والسلوكى فى حالة برامج العنف.

الفرض الرابع:

تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية .

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" بالنسبة لكل خصيصة على حدة، ويحمل الجدول التالى نتائج اختبار "ت" لهذه الخصائص على متغير المكور السلوكى.

جدول رقم (٦)

نتائج اختبارات 'ت' للفروق بين نتيجة الخصائص الديموجرافية

ملاحظات	P	قيمة ت	الخصائص	
يزيد للتأييد لدى الذكور مقارنة بالإناث والفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٢٤	١,٢٤	النوع	زيادة الجرعة الدينية
يزيد للتأييد لدى الأقل اقتصادياً غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٠٦	١,٨٩	المستوى الاقتصادي	
يزيد للتأييد لدى الأكبر منا غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٢١٠	١,٢٧	الفئة السنوية	
يزيد للتأييد لدى الذكور غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.	٠,١١٦	١,٥٧	النوع	فرض رقابة ووضع قيود على برامج العنف وأقلام الأكشن
يزيد للتأييد لدى الأعلى اقتصادياً والفروق غير دالة إحصائياً.	٠,٢٠	١,٢٣	المستوى الاقتصادي	
يزيد للتأييد لدى كبار السن والفروق غير دالة إحصائياً.	٠,١٠	١,٧٧	الفئة السنوية	

- ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً في درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها راجعة إلى خصائصهم الديموجرافية، غير أن هذه الفروق - جميعاً - غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) ودرجة ثقة (٠,٩٥). وعلى هذا نرفض الفرض الرابع:

الفصل الأول نظريات الراسى العام

الفرض الخامس:

تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة (المتعلقة بالتأثير) فى استمارة الاستبيان".

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE WAY ANOVA وذلك بطريقة Tukey HSD وذلك لاختبار مدى التباين فى مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة (أربع طرق لترتيب الأسئلة سبق توضيحها). وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:

جدول رقم (٧)

اختبار تحليل التباين بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة فى الاستمارة

P	قيمة F	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	البرامج الدينية
٠,٠٠٦	٢,٩٨٩	٣	٢,٣٦٥	٧,٠٩٥	التباين بين المجموعات
لا توجد فروق دالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة		١٩٦	٠,٧٩١	١٥٥,٠٠	التباين داخل المجموعات
		١٩٩	--	١٦٢,١٩٥	--
P	قيمة F	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	برامج العنف وأفلام الأكشن
٠,٠٠٠١	٧,٢٨٠	٣	١٥,٠٧٣	٤٥,٢٢	التباين بين المجموعات
الفروق توجد بين طريقة R.O.S. وطريقة S.O.R.		١٩٦	٢,٠٧٠	٤٠٥,٨٠	التباين داخل المجموعات
		١٩٩	--	٤٥١,٠٢٠	--

نظريات الرأى العام الفصل الأول

• ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه لا توجد فروق دالة فى مساحة الفجوة الإدراكية لدى الأفراد فيما يتعلق بالبرامج الدينية مرجعها طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة. حيث إن قيمة F هى (٢,٩٨٩)، وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أكبر من (٠,٠٥). وعلى هذا نرفض الفرض الخامس جزئياً فى حالة المضامين الإيجابية.

• تشير نتائج اختبار التباين أيضاً إلى أنه يمكن لنا قبول الفرض الخامس جزئياً فيما يتعلق بوجود فروق فى حالة السؤال عن برامج العنف وأفلام الأكشن وأن هذه الفروق توجد بين الطريقة الرابعة (أسئلة الرقابة أولاً، التأثير على الآخرين تم للتأثير على الذات (R.O.S.) من ناحية والطرق الثلاثة من ناحية أخرى، وتشير النتائج إلى أن هذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة F هى (٧,٢٨) وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥). وعلى هذا نقبل الفرض الخامس جزئياً فى حالة المضامين السلبية.

الفرض السادس :

تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان. لاختبار هذا الفرض تم استخدام نفس الاختبار الإحصائى المستخدم فى اختبار الفرض السابق، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٨)

اختبار تحليل التباين

P	قيمة F	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	زيادة الجرعة الدينية
٠,٣٢٣	١,١٦٩	٣	٠,٤٨٣	١,٤٥٠	التباين بين المجموعات
لا توجد فروق ذات دلالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة		١٩٦	٠,٤٠١	٨١,٣٠	التباين داخل المجموعات
		١٩٩	---	٨٢,٤٨٠	المجموع
P	قيمة F	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	فرض رقابة ووضع قيود على برامج العنف
٠,٦٣٣	٠,٥٧٤	٣	٠,٤٨٥	١,٤٥٥	التباين بين المجموعات
لا توجد فروق ذات دلالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة		١٩٦	٠,٨٦٤	١٦٥,٧٤	التباين داخل المجموعات
		١٩٩	---	١٦٧,١٩	---

- ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد فروق دالة بين المجموعات الأربعة وذلك بالنسبة للمضمونين، بما يعنى أن طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان لم تكن عاملاً مؤثراً فى طريقة استجابة المبحوثين على أسئلة المكون السلوكى وذلك فيما يتعلق بالبرامج الدينية وكذلك برامج العنف وأفلام الأكشن. حيث إن قيم F على التوالى هى: (١,١٦٩ ، ٠,٥٧٤) ، وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).
- وعلى هذا نرفض الفرض السادس.

التطبيق الثانى: القنوات الفضائية الإباحية:

• إطار التطبيق: على الرغم من تعدد الموضوعات وتنوع المجالات التى تم اختبار نظرية تأثرية الآخرين بها، فإن هناك موضوعين ومجالين قد استأثرا بالنصيب الأعظم من هذه الدراسات وهما:-

- مواد العنف فى التلفزيون.
- أفلام "البورنو" والمواد الإباحية فى قنوات الكابل.

وإذا كان الباحث قد تناول تأثير "مواد العنف" فى التطبيق الأول، فإنه يتناول تأثير الأفلام "البورنو" والمواد الإباحية الخليعة فى التطبيق الثانى.

ونظراً للقلة النسبية لهذه المواد فى القنوات التلفزيونية الأرضية فإن توسيع نطاق التطبيق ليشمل القنوات الفضائية يعتبر ضرورة بحثية خاصة فى ضوء انتشار امتلاك "الدش" لدى شريحة كبيرة من الجمهور المصرى إضافة إلى وجود قنوات إباحية مفتوحة "غير مشفرة" على كثير من الأقمار التى تغطى منطقتنا العربية.

• فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالبرامج والمواد الإباحية فى القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين بهذه المواد (الآخرون أكثر تأثراً من الأنا).
٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.
٣. تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعاً وضيقاً) باختلاف المسافة النفسية/ الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

• منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس المكونين الإدراكى والسلوكى:

تم قياس المكونين الإدراكى والسلوكى بالطريقة ذاتها التى تم استخدامها فى التطبيق الأول مع مراعاة تغيير الصياغة لتناسب موضوع التطبيق.

الفصل الأول نظريات الراى العام

ثانيا: منهجية قياس المسافة النفسية/ الاجتماعية:

تم استخدام نفس المقياس الذى استخدمته الدراسات السابقة التى عالجت هذا المتغير مع تغيير بعض الفئات لتتناسب مع مجال التطبيق. وعلى هذا تم استخدام السؤال التالى:-

• من فضلك، هل يمكن أن ترتب الفئات التالية حسب درجة تأثرها بهذه المواد والبرامج بحيث نبدأ بالأكثر تأثراً وتنتهى بالأقل تأثراً.

- أنا (نفسى).
- أصدقائى المقربين.
- معارفى وجيرائى.
- زملائى فى العمل (أو فى الدراسة).
- المصريين بصفة عامة.

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها مع المبحوثين من خلال المقابلة الشخصية^(١).

• عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على (١٧٠) مفردة من سكان محافظة القاهرة والجيزة ممن يمتلكون الدش، وتم الاعتماد على أسلوب العينة العمدية وعينة المتطوعين وذلك لعدم وجود إطار عام يمكن من خلاله سحب عينة عشوائية (بأنواعها المختلفة).

وعلى الرغم من عيوب هذين النوعين من أنواع العينات (عينات غير احتمالية) المتمثلة فى عدم إمكانية التعميم أو الإدعاء بأنها ممثلة تمثيلاً جيداً لمجتمع الدراسة فإنه

(١) نظراً لحساسية الموضوع، وخشية أن يودى أسلوب أن يقوم الباحث بقراءة الأسئلة على المبحوث وتسجيل إجاباته إلى إجابة المبحوث إجابة متحيزة وغير صادقة لذا فقد ترك الباحث الاستمارات للمبحوثين مع جعل ذكر الاسم (اختيارياً).

نظريات الراى العام الفصل الأول

يمكن الخروج منها بمؤشرات عامة يعتمد عليها فى اختبارات الفروض.

• الإطار الزمنى لجمع البيانات: تم جمع بيانات هذا التطبيق خلال شهر يوليو ٢٠٠١.

• خصائص عينة الدراسة: يبين الجدول التالى خصائص عينة التطبيق الثانى:

جدول رقم (٩)

خصائص عينة التطبيق الثانى

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	٩٤	٥٥,٣
إناث	٧٦	٤٤,٧
• العمر		
- أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٤,١
- ٢٠ - ٤٠ سنة	٨٧	٥١,٢
- ٤٠ - ٦٠ سنة	٤٨	٢٨,٢
- ٦٠ سنة فأكثر	١١	٦,٥
• المستوى الاقتصادى		
- منخفض	١٨	١٠,٦
- متوسط	٧٩	٤٦,٥
- مرتفع	٧٣	٤٢,٩
• المستوى التعليمى		
- منخفض	٨	٤,٧
- متوسط	٤٥	٢٦,٥
- مرتفع	١١٧	٦٨,٨
المجموع	١٧٠	١٠٠

• نتائج اختبارات الفروض:

• الفرض الأول:

- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالبرامج والمساود الإباحية فى القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المساود.
- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (٢,٣%) من عينة الدراسة يعتقدون أنهم أكثر مشاهدة لأفلام "البورنو" والمساود الخليفة فى الدش من الآخرين، فى حين يعتقد (٩٧,٧%) أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المساود منهم.
 - وتشير النتائج أيضاً إلى أن (٥,٣%) يعتقدون أن هذه المساود ليس لها تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (١٩,٤%) أن لها تأثيراً ضعيفاً، ويعتقد (٧٥,٣%) أن لها تأثيراً قوياً.
 - وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثراً بهذه المساود، أشار (٢١,٢%) من مفودات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بها من الآخرين، فى حين أشار (٧٨,٨%) إلى اعتقادهم فى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
 - لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم فى مقابل تأثيرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة paired sample وكانت نتائج الاختبار على النحو التالى:-

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثيرية الأنا والآخرين بالمساود الإباحية

P	قيمة ت	SD	الفروق	درجات الحرية	الانحراف المعيارى SD	المتوسط M	مجال التأثير
				١٦٩	١,٤٩	٢,٢٤	التأثير على الذات
٠,٠٠٠١	١١,٨٢	١,٩٧	١,٩٧	١٦٩	١,٢١	٤,٠٣	التأثير على الآخرين

نظريات الراي العام الفصل الأول

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثرية الآخرين بالمواد الإباحية ($M = 4,03 - SD = 1,21$) أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثريةهم بهذه المواد ($M = 2,24 - SD = 1,49$) وأن الفرق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة $t = (11,82)$ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من $(0,05)$ وبدرجة ثقة $(0,95)$.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول .

• الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.

• بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود أو فرض رقابة (إن أمكن) على المواد الإباحية في القنوات الفضائية أشار $(55,3\%)$ إلى موافقتهم بشدة على وضع القيود وفرض الرقابة، وأشار $(23,9\%)$ إلى موافقتهم، في حين لم يستطع $(7,1\%)$ أن يتخذ رأياً، وأشار $(8,2\%)$ إلى معارضتهم لفرض رقابة أو وضع أي قيود وأشار $(5,3\%)$ إلى معارضتهم الشديدة. معنى ذلك أن $(79,2\%)$ من العينة يقعون على جانب الموافقة من "المتصل" ويقع $(13,5\%)$ على جانب المعارضة منه.

• لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواد الإباحية تم إجراء اختبار بيرسون $person$ للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن العلاقات التي يجملها الجدول التالي:-

جدول رقم (١١)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

P	r	العلاقة
٠,٠٠٥	٠,٢١٧	- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٠٠١	٠,٧٩٢	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٠٠١	٠,٢٥٢	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الآخرين * فرض رقابة ووضع قيود

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

- إن هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود على المواد الإباحية فى القنوات الفضائية، غير أن هذه العلاقة الارتباطية، على ضعفها، كافية لإثبات الفرض لأنها دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).
- إن هناك اختلافاً فى شدة العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي وفقاً لاعتقاد الفرد فى درجة تأثيريته مقارنة بتأثيرية الآخرين، فعندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابلية للتأثر بهذه المواد تزيد شدة العلاقة لتصبح علاقة ارتباطية قوية ($r = ٠,٧٩٢$) وتقل نسبياً لتصبح ($r = ٠,٦٥٧$) فى حالة اعتقاد الفرد أن الآخرين، وليس هو، أكثر قابلية للتأثر بهذه المواد الإباحية.

وعلى هذا نقبل الفرض الثانى.

الفرض الثالث: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعاً وضيقاً) باختلاف المسافة النفسية / الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE WAY ANOVA وذلك بطريقة Tukey HSD وذلك لاختبار مدى التباين فى مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف المسافة الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:

جدول رقم (١٢)

اختبار تحليل التباين على مستويات المسافة الاجتماعية

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
بين المجموعات	٥٨,٠٨٦	١٤,٦٧١	٤	٤,٠١٤	٠,٠٠٤
داخل المجموعات	٦٠٣,١٠٨	٣,٦٥٥	١٦٥		
المجموعة	٦٦١,١٩٤	--	١٦٩		

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن هناك فروقاً دالة بين المجموعات المختلفة للمسافة الاجتماعية على مقياس الفجوة الإدراكية، حيث إن قيمة $F = (٤,٠١٤)$ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من $(٠,٠٥)$ ، وبدرجة ثقة $(٠,٩٥)$.
- ويبين الجدول التالي مصادر التباين بين المجموعات.

جدول رقم (١٣)

مصادر التباين بين مجموعات المسافة الاجتماعية في الفجوة الإدراكية

أنا (نفسى)	أصدقائى المقربين	معارفى وجيرائى	زملائى فى العمل (أو فى الدراسة)	المصريين بصفة عامة
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن مساحة الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين تضيق وتتسع وفقاً للمسافة النفسية الاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلما قلت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والأصدقاء المقربين) انعدمت الفروق الدالة،

الفصل الأول نظريات الراى العام

وكلما زادت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والمصريين بصفة عامة بين الأنا و معارفى وزملائى) زادت مساحة الفجوة الإدراكية.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الثالث.

التطبيق الثالث: المواقع الجنسية على الإنترنت

° إطار التطبيق:

على الرغم من أهمية الإنترنت كوسيلة اتصالية معرفية، وعلى الرغم من استخداماته المتعددة، فإن هناك شريحة من الجمهور تعتقد أن له تأثيرات سلبية وذلك لما يحتويه من مواقع جنسية وإباحية كثيرة.

ويهدف هذا التطبيق الثالث إلى إعادة اختبار فروض الدراسة التى أجراها كل من وو وى وساه هون كو^(١٠٤). Wu Wei & Soh Hoon Koo (٢٠٠١) على عينة من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة وذلك لدراسة فروض نظرية تأثيرية الآخرين بالتطبيق على المواقع الجنسية والإباحية على الإنترنت.

ولعل إعادة اختبار فروض هذه الدراسة بنفس خطواتها المنهجية قد تساعدنا فى الحكم على مدى قابلية فروض النظرية للتحقق بغض النظر عن السياقات الاجتماعية والمجتمعية التى تطبق فيها.

° فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالمواقع الجنسية على الإنترنت مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المواقع (الآخرون أكثر تأثراً من الأنا).

٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع الجنسية.

° منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس حجم التعرض للمواقع الجنسية:

تم استخدام مقياس حجم التعرض للمواقع الجنسية الذى وضعه كل من وو وى

نظريات الرأى العام الفصل الأول

وساه هون كو واستخدماه في دراستهما (٢٠٠١) ويتكون المقياس من ست عبارات تتعلق بالتعرض لنوعين من المواقع:-

- مواقع ذات مضامين جنسية مباشرة وصريحة X. Rated Content ويظهر فى هذه المواقع عشاق Couples يمارسون الجنس بصورة واضحة.
- مواقع ذات مضامين جنسية غير مباشرة R. Rated Content، وتحتوى هذه المواقع على صور للأعضاء الجنسية لأغراض تعليمية أو فنية. كما قد تحتوى على "تصوص" جنسية غير مصاحبة بصور، كما قد تحتوى على بعض النكات الجنسية الصارخة.

ثانيا: منهجية قياس المكونين الإدراكي والسلوكي:

تم قياس المكونين الإدراكي والسلوكي بالطريقة ذاتها التي تم استخدامها فى التطبيقين الأول والثانى، مع تعديل الصياغة لتناسب مجال التطبيق.

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على منهج المسح، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وأستخدمت استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها من خلال توزيعها على مفردات العينة وتركها لهم بعض الوقت ($M=15$ ق) للإجابة عن أسئلتها^(٥).

• عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على ١٠٠ مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة (AUC) ممن يستخدمون "الإنترنت" فى القاعة الرئيسية بالمكتبة^(٥) ويمكن تصنيف عينة الدراسة الحالية على أنها "عينة مصادفة" وتعتمد على "المتطوعين"، وهى فى ذلك تتشابه مع عينة التطبيق الثانى من حيث كون كلا النوعين "عينات غير احتمالية".

(٥) تمت كتابة الاستمارة باللغة الإنجليزية.

(٥) يوجد بمكتبة الجامعة الأمريكية ما يقرب من ١٠٠ جهاز كمبيوتر متصلين بالإنترنت وتستخدم مجاناً لمستخدمي المكتبة، وتشهد القاعد التي تحوى هذه الأجهزة إقبالاً من عدد كبير من الطلاب مما قد لا يتوافر فى "مقاهى الإنترنت" العامة أو فى الجامعات الحكومية.

• خصائص عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤)

خصائص عينة التطبيق الثالث

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	٤٦	٤٦
إناث	٥٤	٥٤
• طبيعة الدراسة		
- نظرية	٣٧	٣٧
- عملية	٦٣	٦٣
• الفرقة الدراسية		
- الأولى	١٩	١٩
- الثانية	٢٥	٢٥
- الثالثة	١٨	١٨
- الرابعة	٣٨	٣٨
المجموع	١٠٠	١٠٠

• الإطار الزمني للدراسة: تم تطبيق الدراسة خلال شهر سبتمبر ٢٠٠١.

• نتائج اختبارات الفروض:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة في مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالمواقع الجنسية على الإنترنت مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المواد.
- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (١١%) من عينة الدراسة يعتقدون أنهم أكثر تعرضاً للمواقع الجنسية على الإنترنت من الآخرين، في حين يعتقد (٨٩%) أن

نظريات الراى العام الفصل الأول

الآخرين أكثر تعرضاً منهم لهذه المواقع.

- وتشير النتائج أيضاً إلى أن (١٥%) يعتقدون أن هذه المواقع ليس لها تأثير على زائريها، فى حين يعتقد (٢٢,٧%) أن لها تأثيراً ضعيفاً ويعتقد (٦٢,٣%) أن لها تأثيراً قوياً.
- وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثيراً بهذه المواقع، أشار (٢٥%) إلى اعتقادهم فى كونهم الأكثر تأثيراً مقارنة بالآخرين، فى حين أشار (٧٥%) إلى اعتقادهم فى أن الآخرين أكثر تأثيراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم فى مقابل تأثيرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة paired sample وكانت نتائج الاختبار على النحو التالى:

جدول رقم (١٥)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثيرية الأنا والآخرين بالمواقع الجنسية

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف المعياري SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	١,٩٣	١,٠٠٧	٩٩	٢,٠٠	١,٨٦٤	١٠,٧٢٩	٠,٠٠١
التأثير على الآخرين	٣,٩٣	١,٢٤٩	٩٩				

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرية الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنترنت ($M = 3,93$, $SD = 1,249$) أكبر من متوسط درجة اعتقادهم فى تأثيريتهم بهذه المواقع ($M = 1,93$, $SD = 1,007$) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = (١٠,٧٢٩) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥)

وعلى هذا نقبل الفرض الأول:

الفصل الأول نظريات الراس العام

- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين) وبدرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع.
- بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود وفرض رقابة (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت أشار (٦٠%) إلى موافقتهم بشدة على وضع القيود وفرض الرقابة، وأشار (١٩%) إلى موافقتهم، فى حين لم يستطع (٦%) أن يتخذ رأياً، وأشار (٩%) إلى معارضتهم لفرض رقابة أو وضع أى قيود، وأشار (٦%) إلى معارضتهم الشديدة.
- لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية تم إجراء اختبار بيرسون person للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن العلاقات التى يجمها الجدول التالي:-

جدول رقم (١٦)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

P	r	العلاقة
٠,٥٤٦	٠,٠٦	- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٨	٠,١٧٢	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٦	٠,٢٣٠	- درجة الاعتقاد فى تأثيرية الآخرين * فرض رقابة ووضع قيود

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

إنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد بفرض رقابة ووضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت، حيث إن قيمة $r = 0,06$ وهى قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وعلى هذا نرفض الفرض الثاني.

• مناقشة نتائج الدراسة

اختبرت الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) أحد عشر فرضاً رئيساً بالإضافة إلى عدد من الفروض الفرعية، وتم التحقق من صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقق من صحة بعضها الآخر، ويمكن تفسير نتائج الدراسة ولقاء الضوء على العوامل التى حددت منطلقاتها على النحو التالى:

(١) النتائج الخاصة بالفرض الإدراكى :

تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى فى تطبيقات الدراسة الثلاثة:

فى التطبيق الأول: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين ببرامج العنف أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم، وأن الفرق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثانى: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين بالمواد الإباحية أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم بهذه المواد، وأن الفرق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثالث: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنترنت أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم بهذه المواقع، وأن الفرق بينهما دالة إحصائياً.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج كل الدراسات السابقة فى مجال نظرية تأثرية الآخرين بما يجعلنا نتفق مع بيرلوف Perloff (١٩٩٣ ، ١٩٩٦) (١٠٥) ومع كل من دوجاجين وسالوين وبول Dupagne, Salwen & paul (١٩٩٩) (١٠٦) على أن "الفرض الإدراكى فى نظرية تأثرية الآخرين أصبح مؤكداً Robust بغض النظر عن السياق الذى يتم اختبار الفرض فيه".

ولعله مما يزيد من اعتقاد الباحث فى صحة الفرض الإدراكى أنه ثبت على الرغم من اختلاف الوسيلة المراد قياس تأثيرها (قنوات التليفزيون الأرضية، القنوات الفضائية، الإنترنت) وكذلك باختلاف نوعية وخصائص الجمهور (جمهور عام - طلاب جامعة).

الفصل الأول نظريات الراى العام

• النتائج الخاصة باختبار الفرض السلوكى :

يشير كثير من الباحثين إلى أن الفرض السلوكى من الفروض التى تثير الجدل والنقاش وليس هناك اتفاق على نتائجه^(١٠٧) وأن الدراسات التى أجريت لاختبار هذا الفرض غير مقنعة فى نتائجها^(١٠٧). ومن ثم فإن هذا الفرض، على عكس الفرض الإدراكى، لا يزال غير مؤكد unsubstantiated حتى الآن^(١٠٨).

وتأتى الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) متفقة مع التوجه العام للدراسات الأخرى من حيث قبول الفرض أحياناً ورفضه فى أحيان أخرى، حيث أشارت نتائج التطبيق الأول إلى عدم وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد لفرض رقابة على مواد العنف فى التلفزيون.

وأشارت نتائج التطبيق الثالث إلى عدم وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد لفرض رقابة على المواقع الجنسية على الإنترنت. غير أنه، فى المقابل، تشير نتائج التطبيق الثانى إلى وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد لفرض رقابة على المواد الجنسية فى القنوات الفضائية.

وإذا كان من الممكن تفسير نتائج التطبيق الثانى، والتى تحقق فيها الفرض، فى ضوء التفسيرين اللذين تم تقديمهما سابقاً وهما:

• التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية لروجرز، والذى ينظر إلى تأييد فرض الرقابة على وسائل الإعلام فى نظرية تأثيرية الآخرين باعتباره استجابة تكيفية Adaptive Response للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وسائل الإعلام^(١٠٩).

• التفسير القائم على مفهوم الوالدية، والذى يصور الرقيب كأنه "أب" يقوم بعمل نموذجى مقصود An Exemplary Act، ومن ثم يضى على فرض الرقابة معنى إنسانياً ويجعله مقبولاً من الناحية الاجتماعية^(١١٠).

فإن عدم ثبوت الفرض السلوكى فى التطبيقين الأول والثالث يدفعنا إلى استعارة التفرقة التى وضعها دافان شاه وزملاؤه Dhavan Shah (١٩٩٩) وذلك للتمييز بين:-

١- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قابليتهم (والآخرين) وحساسيتهم للتأثر بالرسائل

الإعلامية Susceptibility.

ب- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قوة التأثير الناتج عن التعرض لهذه الرسائل Severity^(١١١).

وفى التطبيقين الأول والثالث قد يكون مستوى توقعات الأفراد عن القابلية للتأثر مرتفعاً غير أن تقديرهم لمستوى التأثير منخفض مما أحدث هذا التناقض.

غير أن هذه النتائج المتضاربة وغير المؤكدة للفرض السلوكى تدفع بعض الباحثين لإجراء دراسات لاحقة مبنية على تفسيرات أخرى للفرض السلوكى يمكن التحقق منها إمبيريقياً.

(٣) المتغيرات الوسيطة:

أ- نوع القضية ومدى مقبوليتها من الناحية الاجتماعية:

درج معظم الباحثين فى مجال نظرية تأثرية الآخرين على اختيار قضايا أو مضامين يفترض أنها غير مقبولة اجتماعياً، وهذا الاختيار يعطى منطقية لاختبار النظرية: فالمضمون غير المقبول اجتماعياً (السلبى، الضار، غير الوظيفى...) قد يزيد من مساحة الفجوة الإدراكية فى حين أن المضمون المقبول اجتماعياً قد يقلل من هذه المساحة أو قد يعكس الفرض الإدراكى تماماً (تأثرية الأنا أكبر من تأثرية الآخرين)^(١١١).

وفى التطبيق الأول من الدراسة الحالية تم سؤال المبحوثين عن وتأثير نوعين من المضامين، أحدهما سلبى (برامج العنف) والآخر إيجابى (البرامج الدينية)، وتشير النتائج إلى أنه فى حالة سؤال المبحوثين عن تأثير المضمون السلبى وجد أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين بهذا المضمون أكبر من متوسط درجة اعتقادهم فى تأثرية وأن الفروق دالة إحصائياً، فى حين وجد، عند سؤالهم عن المضمون الإيجابى، أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية هذا المضمون أكبر، وبفروق دالة، عن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين (الفرض العكسى).

وعلى هذا فإن نتائج هذه الدراسة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة سواء فيما

الفصل الأول نظريات الراى العام

يتعلق بالفرض الأصى أو بالفرض العكسى. غير أنه لابد من الإشارة إلى أن إحدى المشكلات التى واجهت هذه الدراسة، كما واجهت غيرها من الدراسات، أن تحديد مدى مقبولية القضية اجتماعياً أو عدم مقبوليته لم يتم قياسه وإنما تم افتراضه.

(ب) متغير المسافة النفسية الاجتماعية:

يشير مفهوم المسافة النفسية الاجتماعية إلى الطريقة التى من خلالها يحدد الأفراد موقع أقرانهم عند المقارنة من التعرض لموضوع ما، وقد عرض بيرلوف perloff (١٩٩٣) نتائج ثلاث دراسات تشير إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد كلما تم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عن الأنا^(١١٣). كما أشارت بعض الدراسات إلى أن مساحة الفجوة الإدراكية تتحدد وفقاً لمن هو الآخر الذى تتم معه المقارنة، حيث تزداد الفجوة كلما تم إدراك الآخر على أنه بعيد جداً (الإنسان العادى average person) وتقل الفجوة عندما يكون الآخر هو صديقى القريب^(١١٤).

وفى التطبيق الثانى من الدراسة الحالية تم اختبار متغير المسافة النفسية الاجتماعية، وأشارت النتائج إلى أن مساحة الفجوة الإدراكية تضيق وتتسع وفقاً للمسافة النفسية والاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلما قلت المسافة الاجتماعية (كتلك التى بين الفرد وأصدقائه المقربين) انعدمت الفروق الدالة، وكلما زادت المسافة الاجتماعية (كتلك التى بين الفرد والإنسان العادى) زادت مساحة الفجوة الإدراكية).

معنى هذا أن نتائج الدراسة تتفق فى مجملها مع نتائج الدراسات السابقة فى هذا المجال.

غير أنه لابد من الإشارة أيضاً إلى أن الدراسة الحالية تشترك مع غيرها من دراسات فى كونها لم تتضمن مقياساً للمسافة النفسية الاجتماعية وإنما افترضت ترتيباً معيناً للجماعات على متصل المسافة النفسية الاجتماعية

The Social Distance Construct

(ج) المتغيرات الديموجرافية:

لم تركز معظم الدراسات التى أجريت فى مجال تأثرية الآخرين على المتغيرات الديموجرافية، ومن ثم لا توجد دراسات، فى حدود إطلاع الباحث، يمكن المقارنة

نظريات الراي العام الفصل الأول

معها.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة سواء على المستوى الإدراكي أو على المستوى السلوكي ترجع إلى خصائص المبحوثين الديموجرافية. غير أن هذا الاختبار الوحيد لا يكفي وحده لتعميم هذه النتيجة ومن ثم فإن هناك حاجة ماسة لبعض الدراسات اللاحقة التي تعيد اختبار هذه المتغيرات في علاقتها بنظرية تأثيرية الآخرين.

(د) طريقة ترتيب الأسئلة في الاستمارة:

أشار الباحثون طوال عقد الثمانينات إلى أن طريقة وضع الأسئلة التي تظهر الذات في مقارنة مع الآخرين يجعل المبحوثين يجيبون عنها بطريقة فيها تحيز للذات، ومن ثم يظهرون أنفسهم بصورة أجمل وأقل قابلية للتأثر بالتأثيرات الضارة لوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين^(١١٥).

على أن نتائج الدراسات التي أجريت خلال التسعينات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة إلى الحد الذي ذهب فيه بعض الباحثين إلى أنه يجب إبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية في مجال نظرية تأثيرية الآخرين^(١١٦).

وفي التطبيق الأول من هذه الدراسة تم اختبار متغير ترتيب الأسئلة في الاستمارة حيث تم إعداد أربع نسخ من استمارة الاستبيان رتببت الأسئلة في كل نسخة بطريقة مختلفة عن الأخرى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين هذه النسخ سواء فيما يتعلق بنتائج الفرض الإدراكي أو فيما يتعلق بالفرض السلوكي ماعدا فرقاً وحيداً وجد بين مجموعتين (من ١٦ مجموعة) وبفروق قد تصل إلى مستوى عدم الدلالة.

وعلى هذا تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج بقية الدراسات في هذا المجال. وتتفق مع مقولة إنه يجب إبعاد هذه القضية من قضايا البحث في النظرية^(١١٧).

الفصل الأول نظريات الراى العام

(هـ) متغيرات أخرى فى حاجة إلى الاختبار:

إضافة إلى المتغيرات التى حاول الباحث إختبارها فى التطبيقات الثلاثة للدراسة توجد بعض المتغيرات الأخرى التى تحتاج إلى دراسات لاحقة تختبرها وتوضح حدود تأثيرها. وهذه المتغيرات هى:

• متغير الاستغراق (الاندماج).

• متغير المعرفة.

• متغير درجة الثقة فى مصدر الرسالة.

كما يمكن اختبار النظرية على المضامين المقدمة فى وسائل أخرى كالصحافة (صفحات الحوادث والجرائم - الدعاية الانتخابية الحزبية ...). والفديو (أفلام العنف - أفلام البورنو ...) وغيرها.

- (1) Philips Davison (1983) The Third person Effect in Communication. **Public Opinion Quarterly**, vol. 47, pp. 1-15.
- (2) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant Paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. **International Journal of public opinion research**, vol. 11, no. 4, p. 334.
- (3) Richard M. Perloff (1993) Third – person Effect Research 1983- 1992: A Review and Synthesis. **International Journal of public opinion Research**, vol. 5, no. 2, p. 167.
- (4) **Ibid.** p. 168.
- (5) Michael B. Salwen & Paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. **Journal of Communication**, vol. 47, no. 2, p. 61.
- (6) Philips Davison (1983), **op. cit.**, p. 3.
- (7) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. **European Journal of Social Psychology**, vol. 25, pp. 195-215.
- (8) Philips Davison (1983), **op. cit.**, p. 3.
- (9) Richard M. Perloff (1993) **op. cit.**, p. 176-178.
- (10) Richard M. Perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann Crigler (ed) **The psychology of political communication**. Ann Arbor: The University of Michigan press. Pp. 177-197.
- (11) Philips Davison (1983) **op. cit.**, pp. 1-3.
- (12) **Ibid.** p. 3.
- (13) Weinstein, N. (1987) Unrealistic optimism about susceptibility to Health problems: Conclusions. From a community- wide sample. **Journal of Behavioral Medicine**, vol. 10. No. 5. Pp. 481-500.
- (14) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. **Communication Research**, vol. 27 no. 1 pp. 51-81.
- (15) Vera Hoorens & Suzanne Ruiters (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. **European Journal of Social Psychology**. Vol. 26 pp. 599-610.

- (16) Harris, p. (1996) Sufficient Grounds for optimism. The Relationship Between perceived Controllability and optimistic Bias. **Journal of Social and Clinical Psychology**. Vol. 15 no. 1 pp. 9-52.
- (17) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. **Health Psychology**, vol. 16 No. 2 pp. 137-146.
- (18) Glanz, K., & Yang, H. (1996) Communicating about The Risk of Infectious diseases. **Journal of the American Association**, vol. 275 No. 3, p. 253.
- (19) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third- person perception. **Communication Research**, vol. 26 No. 3 pp. 280-281.
- (20) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 18. No. 2, pp. 357-358.
- (21) Richard perloff (1993) *op. cit.*, 177-178.
- (22) *Ibid.*
- (23) Richard perloff (1996) *op. Cit.*, p. 188.
- (24) *Ibid.*
- (25) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. **Journalism Quarterly**, vol. 65. pp. 299-306.
- (26) Dominic Lasorsa, (1989) Real and perceived Effects of "Amerika". **Journalism Quarterly**. Vol. 66, pp. 373-378 (+ 529).
- (27) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 2, pp. 345-368.
- (28) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p. 171.
- (29) Julie, Duck, Michael Hogg & Deborah Terry (1995), *op. cit.*, pp. 195-215.
- (30) Vera Hoorens & Suzanne Ruiters (1996) *op. cit.*, pp. 599-610.
- (31) Michael, Salwen & Paul Driscoll (1997) *op. cit.*, pp. 60-76.
- (32) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2, pp. 153-174.
- (33) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. **Communication Research**. Vol. 48. Spring. Pp. 3-26.

- (34) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6, pp. 723-742.
- (35) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: perceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6, pp. 643-65.
- (36) William Eveland et al (1999) *op. cit.*, pp. 275- 302.
- (37) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. **Communication Research**. Vol. 26, No. 5, pp. 523-549.
- (38) John Chapin (2000), *op. cit.*, pp. 51-81.
- (39) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, **journalism Quarterly**, vol. 50 Winter, pp. 25-45.
- (40) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) Internet Communication and Third- Person Effect: An Exploratory Study in Singapore. **Unpublished study**, Email: Fbawuw@nus.edu.sg.
- (41) Philips Davison (1983) *op. cit.*, p. 3.
- (42) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 26, no. 2, p. 247.
- (43) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 527.
- (44) *Ibid.*
- (45) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p. 172.
- (46) Diana Mutz, (1989) The Influence of perceptions of Media Influence: Third person Effects and The Public Expression of Opinions. **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 1, pp. 3-23.
- (47) Rucinski, D. & Salmon, C.T. (1990) *op. cit.*, pp. 345-68.
- (48) Richard perloff (1993), *op. cit.*, p. 173.
- (49) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, pp.523-549
- (50) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) *op. cit.*, pp.60-76
- (51) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp153-174
- (52) Vincent price, David Tewksbury & Li- Ning Huang (1998) *op. cit.*, pp. 3-26.
- (53) Cynthia Hoffner et al (1999) *op. cit.*, pp. 726-42.
- (54) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant paul (1999) *op. cit.*, p. 334.
- (55) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, pp.523-549

- (56) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. **International Journal of Public opinion Research**. Vol. 12, No. 1, pp. 80-89.
- (57) Wu Wei & Soh Moon Koo (2001) *op. cit.*
- (58) Richard Perloff (1993) *op. cit.*, p173
- (59) Albert Gunther. (1991) *op. cit.*, pp. 355-372.
- (60) Richard Perloff (1993) *op. cit.*, p. 173
- (61) *Ibid.*
- (62) Gunther, A. G. (1991) *op. cit.*, pp. 355-372.
- (63) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. **International Journal of Public opinion Research**, vol. 8, pp. 163-86.
- (64) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third- Person perception and Support for censorship of pornography. **Journal of Communication**, vol. 45, No. 2, pp. 27-38.
- (65) Changhyun Lee & Siungchan Yang (1996) Third- person perception and support for censorship of sexually Explicit visual content: A Korean case, **Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication**. Anaheim CA, August.
- (66) Dianne Rucinski & Charles Salmon (1990) *op. cit.*, pp.345-368
- (67) Richard perloff (1993) *op. cit.*, P.174
- (68) *Ibid.*
- (69) *Ibid.*
- (70) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 11, No. 4, p. 317.
- (71) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third- person Effect. **Journalism Quarterly**. Vol. 70, pp. 2-11.
- (72) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) *op. cit.*, pp. 599-610.
- (73) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. **European Journal of Social psychology**, vol. 25, pp. 77-93.
- (74) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. **International Journal of public opinion Research**, vol. 8, pp. 248-65.
- (75) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) *op. cit.*, pp. 599-610.
- (76) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 525.

- (77) Lisa Henriksen & June Flora (1999) *op. cit.*, pp. 643-65.
- (78) John chapin (2000) *op. cit.*, pp. 51-81.
- (79) Richard perloof (1993) *op. cit.*, p.174
- (80) Robert Vallenc et al (1985) The Hostile Media phenomenon: Biased perceptions and perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 49, no.3, pp. 577-88.
- (81) Diana Mutz (1989) *op. cit.*, pp. 3-23.
- (82) Dominik Lasorsa (1989) *op. cit.*, pp373-378
- (83) Philips Davison (1983) *op. cit.*, p.3
- (84) Diana Mutz (1989) *op. cit.*, pp3-23
- (85) Douglas Mcleod, William Evaland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp. 153-174.
- (86) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First- person and perceived Third- person Mass Media Effects. *Journalism Quarterly*, vol. 86 (spring- summer) pp. 141-154.
- (87) Dominic Lasorsa (1989) *op. cit.*, pp. 373-378.
- (88) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, No. 3, pp. 541-556.
- (89) Wills, T. (1981) Downward Comparison principles in Social psychology. *Psychological Bulletin*. Vol. 90, No. 2, pp. 245-271.
- (90) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p. 175
- (91) *Ibid.*
- (92) Albert Gunther (1991) *op. cit.*, pp. 357-372.
- (93) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? *International Journal of public opinion Research*, vol. 8, pp. 142-162.
- (94) Willian Evaland et al (1999), *op. cit.*, p. 278.
- (95) *Ibid.*
- (96) Douglas Mcleod, Willian Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, p.317
- (97) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) *op. cit.*
- (98) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (99) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant Paul (1999) *op. cit.*, pp. 335-336.
- (100) *Ibid.*

- (101) Hans- Bernard Brosius & Drik Engel (1996) *op. cit.*, pp. 142-162.
- (102) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Question order, Contrast and Knowledge. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 8, pp. 120-141.
- (103) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), *op. cit.*, pp. 333-345
- (104) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) *op. cit.*
- (105) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (106) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), *op. cit.*, pp. 333-345
- (107) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (108) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) *op. cit.*, pp.60-76
- (109) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp153-174
- (110) Dhavan V. Shah (1999) *op. cit.*, p p. 247.
- (111) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 525.
- (112) Dhavan V. Shah (1999) *op. cit.*, p p. 247.
- (113) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (114) *Ibid.*
- (115) Willian Evaland et al (1999), *op. cit.*, p. 278.
- (116) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999) *op. cit.*, pp. 333-345
- (117) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996)) *op. cit.*, pp.142-162.

الفصل الثانی

ظاهرة "توهم المعرفة" فی استطلاعات الرأى
العام

وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة"

فى استطلاعات الراى العام فى مصر

تمهيد :

منذ أن قدم أفلاطون "رمزية الكهف"^(*) وهناك عديد من المحاولات لإقامة تفرقة وتمييز بين الواقع الفعلي من ناحية والواقع كما نتخيله أو كما نعتقد فى هيئته من ناحية أخرى، وكان آخر هذه المحاولات، وأشهرها، فى القرن العشرين، ما ذهب إليه والتر ليبمان Lippmann فى كتابه "الرأى العام" (١٩٢٢) من أن كل فرد يصنع لنفسه داخل رأسه صورة موثوقاً بها للعالم الذى يعيش فيه، وأياً كان اعتقاده فى هذه الصورة فإنه يتعامل معها كما لو كانت هى العالم نفسه... وإن ما يطلق عليه "تكيّف الفرد مع بيئته" يحدث من خلال هذه الصورة الخيالية Fiction أو البيئة الزائفة Pseudo Environment^(١).

ولعلّ فكرة "توهم المعرفة Pluralistic Ignorance" أن تكون مظهراً من مظاهر هذا التقابل بين الواقع كما يدركه الفرد Perceived Social Reality والواقع الحقيقي Actual Reality وشكلاً من أشكاله الراهنة.

ويُنسب مصطلح "توهم المعرفة" إلى عالم النفس الاجتماعى فلويد ألبورت Allport الذى استخدمه لأول مرة عام (١٩٢٤)^(٢). ثم اشترك فى استخدامه مع تلميذه دانيال كاتز Katz عام (١٩٣١)^(٣) ليشير به إلى "الانطباعات الخاطئة وغير المبررة Unwarranted التى يكونها الأفراد عن مشاعر الآخرين وعن معتقداتهم فى المواقف المختلفة"، ثم ما لبث أن شاع المصطلح فى كثير من المجالات البحثية أبرزها مجال دراسات الراى العام حيث يستخدم للإشارة إلى "القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية Misreading of the Majority Position حيث يكون التركيز على الإطار الشكلى

(*) تشير رمزية الكهف إلى "مجموعة من الأشخاص كانوا يسكنون فى "قبو" تحت الأرض، ولا يرون الآخرين إلا فى صورة "خيالات منعكسة (مقلوبة)" نتيجة انعكاس الضوء على نافذة القبو، وحدث أن خرج أحد هؤلاء من القبو ورأى العالم الحقيقي (غير المقلوب) ف شعر بغرابة الواقع (العالم) و عندما عاد أبلغ زملائه بما شاهد فلم يصدقوه وصفوه بالجنون".

نظريات الراي العام **=====** الفصل الثاني

(الظاهري) للراي وليس على توزيعه الحقيقي^(٤).

وعلى الرغم من تعدد أسباب ظاهرة " توهم المعرفة " واختلاف الباحثين في ترتيبها، فإن هناك اتفاقاً على أن وسائل الإعلام، في عصرنا الحديث، لها دور في هذه الظاهرة، إذ يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة وذلك عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة ومتحيزة، وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورها التثويري بالكشف عن التوزيع الحقيقي للراي في المجتمع، وقد تكون عاملاً لتثبيت الظاهرة والإبقاء على حالتها عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة بالمعلومات المشوهة.

مشكلة الدراسة واهدافها

على الرغم من المحاولات الدائمة التي تقوم بها وسائل الإعلام لتقديم تغطية موضوعية لأحداث الحياة وقضاياها، فإن تعقد مظاهر الحياة وتشابكها وقلة الإمكانيات المتاحة، وكون وسائل الإعلام تعبر، في الغالب، عن مصالح مجتمعية واجتماعية معينة، تجعل من تقديم هذه التغطية الموضوعية مهمة صعبة إن لم تكن مستحيلة، لذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لقضايا المجتمع عادة ما توصف بأنها متحيزة **Biased** ومائلة **Slant**. ولما كان الأفراد يعتمدون، في كثير من الأحيان، على وسائل الإعلام في استقاء الأخبار وفي التعرف على مجريات الأمور، فإنه من المحتمل أن تتكون لديهم مدركات مشوهة وأفكار خاطئة عن طبيعة القضايا المجتمعية من ناحية وعن توزيع الراي العام تجاه هذه القضايا من ناحية أخرى .

في ضوء ذلك تتبلور مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها في اختبار هذا الطرح النظري وذلك من خلال رصد ظاهرة "توهم المعرفة" لدى الجمهور المصري إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام (التلفزيون / الصحف) ودرجة "توهم المعرفة" لدى الفرد، إضافة إلى محاولة تحليل دور بعض المتغيرات النفسية / الاجتماعية في تشكيل الظاهرة وتحديد علاقتها بوسائل الإعلام.

مجال التطبيق

اختار الباحث، كمجال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام المصرية فى الآونة الأخيرة، وكانت مثار نقاش وجدل واسعين، وهى:-

(١) قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب: وقد حظيت هذه القضية بتغطية إعلامية مكثفة خلال السنوات الماضية و تباينت بشأنها الآراء تبايناً شديداً ، وقد كان لتبنى المجلس القومي للمرأة لهذه القضية و محاولة استصدار قانون تشريعي من مجلس الشعب بهذا الخصوص أثره فى كثافة التغطية الإعلامية لها فى الفترة الأخيرة .

(٢) قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك: على الرغم من قدم هذه القضية، باعتبارها حلماً داعب أنصار الوحدة العربية منذ الخمسينيات، فإن حصار الرئيس عرفات فى رام الله، وعجز الدول العربية - منفردة من ناحية وجماعة متمثلة فى الجامعة العربية من ناحية أخرى - عن مساعدته وفك حصاره، قد أعاد طرح هذه الفكرة بشدة بحيث بدت وكأنها مطلب شعبي عام.

(٣) قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات: وقد عالجت كثير من البرامج التليفزيونية والإذاعية وكثير من المقالات الصحفية والأعمدة هذا الموضوع بصورة متزامنة ومتوازنة بحيث ظن البعض أن هذه المعالجة الإعلامية هى تمهيد للرأي العام لقبول هذا الاقتراح على الرغم من انقسام الآراء بشدة تجاهه.

و يلاحظ على القضايا الثلاثة السابقة أنها مختلفة فى أبعادها و توجهاتها، فالأولى هى قضية اجتماعية / ميساسية / أمنية، و الثانية هى قضية سياسية / عسكرية و الثالثة هى قضية ثقافية / دينية، و لعل هذا الاختلاف و التباين بين موضوعات القضايا يعطى مساحة واسعة لرصد الظاهرة - توهم المعرفة - فى مجالاتها المختلفة.

تقسيم الدراسة

يمكن عرض مدخلات الدراسة و مخرجاتها من خلال المبحثين التاليين :-

المبحث الأول: الأسس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة" ويتضمن:-

أولاً:- ظاهرة "توهم المعرفة" : المصطلح ، المفهوم ، أسباب الحدوث.

ثانياً:- المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة" .

ثالثاً:- الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة" .

المبحث الثانى: الجانب التطبيقى للدراسة ويتضمن:-

أولاً:- الإجراءات المنهجية للدراسة .

ثانياً:- نتائج الدراسة .

المبحث الثالث

الانس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة"

اولاً: " ظاهرة توهم المعرفة ": المصطلح، المفهوم، أسباب الحدوث:

(١) المصطلح

على الرغم من شيوع مصطلح Pluralistic Ignorance وكثرة استخدامه في الدراسات النفسية الاجتماعية وفي دراسات الراي العام فإن هناك اتفاقاً بين عدد كبير من الباحثين على عدم ملاءمته^(٥) وعدم دقته^(٦) واعتباره " تسمية خاطئة Misnomer " لا تعبر عن طبيعة الظاهرة ولا تكشف عن فحوى المفهوم الذي تحمله^(٧).

على أن ذلك الاتفاق لم يدفع الباحثين إلى محاولة صك " مصطلح جديد " أكثر دقة وأكثر تعبيراً عن الظاهرة، واكتفى معظمهم بمحاولة ربط المصطلح بمصطلحات أخرى تعبر عن ظواهر قد تكون شديدة الصلة بالظاهرة أو يمكن اعتبارها متضمنة فيها، ومنها " وهم العمومية Illusion of University " ^(٨).

وفي اللغة العربية لا يوجد، في حدود ما اطلع عليه الباحث، ترجمة لهذا المصطلح أو مرادف موضوعي له، ومن ثم تبرز عدة اقتراحات منها: " الجهل الجمعي " وهي الترجمة الحرفية للمصطلح، وهي لا تعبر، في رأي الباحث، عن المعنى المراد به، أو " الجهل باتجاه الجماعة الحقيقي " وهي إن كانت تعبر عن مضمون الظاهرة، جزئياً، إلا إنها أقرب إلى " الوصف " وغير عملية في الاستخدام، أو " وهم المعرفة بالجماعة " وهي النظير (المقابل) الإيجابي للترجمة السابقة وهي أقرب للظاهرة من سابقتها، وأخيراً " توهم المعرفة " وهي الترجمة التي يميل إليها الباحث ^(٩).

(٢) المفهوم :-

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون لظاهرة " توهم المعرفة " وإن كانت هذه التعريفات، في مجملها، أقرب إلى " التوصيف " وإلى تحديد الأعراض المرتبطة

(٥) وضع الباحث عدة محكات يتم صك المصطلح العربي في ضوءها :-

- ألا يكون المصطلح العربي مجرد ترجمة حرفية للمصطلح الإنجليزي، خاصة وأن الأخير

غير دقيق على ما يذهب إليه كثير من الباحثين

- ألا يكون المصطلح العربي تكراراً أو تحريفاً لفظياً لمصطلحات أخرى قائمة

- أن يكون المصطلح دالاً بذاته، قدر الإمكان، على الظاهرة.

- أن يكون قليل الكلمات، قدر الإمكان، بحيث لا يتجاوز كلمتين على الأكثر.

الفصل الثاني نظريات الراى العام

بالظاهرة منها إلى تحديد الأبعاد المكونة لها.

(أ) المفهوم فى الدراسات النفسية الاجتماعية:

يشير جيمس فيلنز وهوارد سكومان Fields & Schuman (١٩٧٦) إلى أن ظاهرة " توهم المعرفة " تعكس الموقف الذى يظهر فيه الأفراد وكأنهم يعيشون ويتعاملون فى واقع (عالم) اجتماعي مزيف False Social World أو على الأقل مختلف عما يمكن للباحث " الموضوعي " أن يلاحظه^(٩).

ويرى هوبرت اوجورمان O'Gorman (١٩٨٦) -وهو من أكثر المدافعين عن المدخل الاجتماعي Social Approach فى دراسة الظاهرة - أن " توهم المعرفة " يعنى اشتراك الأفراد فى أفكار زائفة (خاطئة) Shared False Ideas عن مشاعر وأفكار وسلوكيات الآخرين^(١٠).

ويرى ديل ميلر وكاتى ماكفارلاند Miller & Macfarland (١٩٨٧) أن " توهم المعرفة " يحدث عندما يعتقد الأفراد أن السلوك العلني المتطابق للفرد وللآخرين لا ينتج من حالة شعورية واحدة وإنما ينتج من حالات داخلية مختلفة Different Internal States، فالفرد قد يعتقد أن "الخوف من الإحراج Fear of Embarrassment" قد يكون سبباً كافياً للقيام بسلوك معين لديه فى حين لا يعتقد أن يكون لهذا الخوف تأثيره على سلوك الآخرين^(١١)(١٠).

الفكرة ذاتها أكدت عليها دراسة لاحقة للباحثين نفسيهما (١٩٩١)^(١٢) ودراسة أخرى لديل ميلر وديبورا برينتس Miller & Prentice (١٩٩٤) إذ ذهبوا إلى أن الظاهرة تحدث عندما يشترك أفراد الجماعة فى مدركات خاطئة عن الدافعية Human Motivation تقودهم إلى الاعتقاد فى أن تأثير الدوافع على سلوكهم يختلف ويتباين عن تأثيره على سلوك الآخرين^(١٣).

وترى كولين سميث Smith (١٩٩٥) أنه يمكن تعريف " توهم المعرفة " على أنه

(١٠) على سبيل المثال: الطالب الذى لا يفهم شيئاً معيناً فى المحاضرة قد يتردد فى سؤال المحاضر لأنه لا يريد أن يحرج نفسه أو أن يظهر بمظهر الغبي أمام الآخرين Making a fool of oneself in public، وهذا الخوف من الإحراج يقدره الطالب عند نفسه ويعظم تأثيره عليه فى الوقت الذى يقلل من تأثيره على الآخرين.

نظريات الرأي العام الفصل الثاني

نوع من الإسقاط الاجتماعي Type of social projection يحدث عندما يدرك كل فرد في الجماعة، بطريقة خاطئة، أن هناك لاختلافاً بينه وبين بقية أعضاء الجماعة المناظرين له، الأمر الذي يمكن أن ينتج عنه الشعور بالعزلة والانحراف والجنوح والاعتراب^(١٤).

و يشير ديورا برينتس وديل ميلر Prentice & Miller (١٩٩٦) إلى أن " توهم المعرفة "يصف الموقف الذي يُفترض فيه أو يُتخيل أن كل فرد في جماعة أو مجتمع ما يرفض بشكل شخصي اعتقاداً أو رأياً أو سلوكاً معيناً في الوقت الذي يعتقد فيه ويفترض أن الآخرين يقبلون، بشكل شخصي، هذا الاعتقاد أو الرأي أو السلوك وتبدأ ظاهرة " توهم المعرفة "، من وجهة نظرهما، عندما يحدث تعارض Discrepancy بين السلوك العلني للفرد والرأي الشخصي له، إذ يعتقد الفرد أن سلوكه العلني قد يكون مختلفاً عن شعوره أو رأيه الحقيقي، ولكنه لا يفترض وجود الاختلاف والتباين عند الآخرين، بل على العكس، فهو يعتقد أن سلوك الآخرين العلني يتفق ويعكس بدقة الطريقة التي يفكرون بها ويشعرون^(١٥).

وأخيراً يرى يوشى تاكا فوكوي Yoshitaka Fukui (٢٠٠١) أن " توهم المعرفة " هو حالة نفسية يعتقد فيها الفرد أن أفكاره ومشاعره واتجاهاته الشخصية مختلفة عن أفكار ومشاعر واتجاهات الآخرين، في الوقت الذي يكون سلوكه العلني متطابقاً مع السلوك العلني للآخرين^(١٦).

(ب) المفهوم في دراسات الرأي العام:

يشير جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" تظهر في دراسات الرأي العام في مصطلحات مثل " القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية " حيث يكون التركيز على الإطار الشكلي (الظاهري Modal) للرأي وليس على توزيعه الحقيقي، ولعل الحالة الأكثر تطرفاً لهذه الظاهرة هي تلك التي يدرك فيها الأفراد موقف الأقلية إزاء قضية ما إدراكاً خاطئاً وكأنهم الأغلبية، أو العكس، كأن يدرك الأفراد رأي الأغلبية وكأنه رأي الأقلية^(١٧).

وترى آن ماري ماجور Major (١٩٩٧) أنه يمكن اعتبار " توهم المعرفة "مقياساً

الفصل الثاني نظريات الراي العام

لمدى دقة الفرد في أثناء قيامه بعملية مراقبة البيئة المتعلقة بمناخ الراي العام حول قضية معينة^(١٨)، ويقاس، عادةً، بمقارنة نسبة الأفراد الذين يحملون رأي الأغلبية مع نسبة الأفراد الذين يدركون، بدقة، رأي الأغلبية، وكلما زادت النسبة بين الفريقين زادت درجة توهم المعرفة^(١٩).

ويميز تشارلز كورتى Korte (١٩٧٢) بين نوعين (مستويين) من " توهم المعرفة":-

توهم المعرفة المطلق: Absolute وهو الحالة التي يتم فيها إدراك الأغلبية والنظر إليها على أنها أقلية، أو العكس: إدراك الأقلية والنظر إليها على أنها الأغلبية.

توهم المعرفة النسبي: Relative وهو الحالة التي يتم فيها المبالغة في تقدير موقف الأغلبية والأقلية زيادةً ونقصاناً، إيجاباً وسلباً^(٢٠).

(٣) أسباب حدوث " توهم المعرفة ":

قدم الباحثون تفسيرات مختلفة لحدوث " توهم المعرفة " واختلفت هذه التفسيرات باختلاف الإطار المرجعي لهؤلاء الباحثين.

فمن وجهة نظر جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) يوجد تفسيران:- نفسي واجتماعي لظاهرة " توهم المعرفة ": فمن المنظور النفسي يرجع " توهم المعرفة " إلى أن الأفراد لا يقومون بمعالجة المعلومات التي تصلهم بطريقة مثالية بسبب قصور في العمليات المعرفية واستجابة لما يسمى " بالتحيزات الخادمة للذات Self-Serving Biases " ومن المنظور الاجتماعي ترجع الظاهرة إلى أن الأفراد يستقبلون رسائل خاطئة Error-Prone Messages من البيئة، وتؤدي المفاتيح Cues غير الدقيقة والمعلومات الخاطئة إلى مؤشرات غير صادقة وغير صحيحة عن الراي العام وهذه كلها تؤدي إلى حدوث " توهم المعرفة "^(٢١).

ويرى يوشى تاكا فوكوي Fukui (٢٠٠١) أنه يمكن إرجاع " توهم المعرفة " إلى عاملين:-

- وهم الشفافية أو الوضوح: Illusion of Transparency حيث يعتقد كثير من الأفراد أن لديهم القدرة على معرفة اتجاهات الآخرين بسهولة وعلى معرفة دوافعهم

نظريات الراى العام الفصل الثانى

ومحركات سلوكهم.

- الميل الثقافى لدى الأفراد للتقليل من قوة تأثير الدوافع الاجتماعية على سلوكهم
A cultural propensity to underestimate of social motives to influence
behavior. فمن وجهة نظر فوكوى يبنى الأفراد توقعاتهم عن دوافع الآخرين وفقاً
لمعتقداتهم الثقافية المشتركة حول طريقة توزيع وتقديم الدوافع المختلفة، وهذه
الطريقة تدفع الأفراد إلى المبالغة فى تقدير المدى الذى يعمل فيه الآخرون وفقاً
لأهوائهم الشخصية، وإلى تقليل المدى الذى يعملون فيه للحفاظ على العلاقات مع
جماعات الرفاق وللعمل على حفظ وتماسك الهوية الاجتماعية^(٢٢).

و يرى وارين بريد وتوماس كتسلنيس Breed & Ktsanes أن هناك ارتباطاً
بين " توهم المعرفة " و" التحيز فى الاتجاهات Attitudinal Bias "، فكلما كان
الفرد متحيزاً فى اتجاهاته زادت درجة " توهم المعرفة " لديه، ويذهبان أيضاً إلى أن
توهم المعرفة " يوجد فى الجماعات الكبيرة التى لا يوجد بها اتصال داخلى مباشر^(٢٣).
وسائل الإعلام كأحد أسباب حدوث " توهم المعرفة ":

تؤكد إليزابيث نويل نيومان Noelle-Neumann (١٩٩١) على الدور الذى تقوم
به وسائل الإعلام فى خلق ظاهرة " توهم المعرفة " فمن وجهة نظرها أن الاتجاهات
والميول السياسية للإعلاميين، والتى هى، عادةً، إما ليبرالية أو يسارية، يتم عكسها
فى وسائل الإعلام، وهذه تشكل مناخاً لا يكشف عن التوزيع الحقيقى للرأى فى
المجتمع **Mold a climate that doesn't reveal the actual distribution of**
opinion in society^(٢٤).

وجهة النظر ذاتها سبق أن أشار إليها الباحثون أصحاب التوجه النقدى فى دراسة
وسائل الإعلام **Critical Approach to the Media** ومنهم بيتر جولدنج Golding
(١٩٨١)^(٢٥)، وستيوارت هال Hall (١٩٨٢)^(٢٦)، فمن وجهة نظرهما أن هناك
تحيزات تحدث بصفة منتظمة **Systematic Biases** فى وسائل الإعلام، وهذه التحيزات
مبعثها الحدود واللوائح الروتينية للمنظمة **Organizational Constraints and**
Routines وكذلك الممارسات الوظيفية للإعلاميين، وهذه العوامل تؤدى دوراً ثنائياً:-

الفصل الثاني نظريات الراي العام

فمن ناحية: تعمل وسائل الإعلام على دعم وترسيخ النظام الاجتماعي القائم والأعراف الاجتماعية الأساسية.

ومن ناحية أخرى: تبالغ وسائل الإعلام في تقديم وإبراز ما هو خارج عن العرف (مثل الأحداث والجماعات ووجهات النظر التي تكون غير متوقعة، منظرية، مثيرة للغضب..) وعلى سبيل المثال، فإن تركيز وسائل الإعلام على نشاط بارز " لجماعة أقلية " والمبالغة في تغطية هذا النشاط قد يؤدي إلى تكوين مدركات متحيزة لدى الأفراد، وعندما لا تكون اتجاهات الأفراد متبلورة تبلوراً كاملاً فإن هذه المفاتيح Cues التي تقدمها وسائل الإعلام تصبح الأساس الذي تبنى عليه التوقعات الخاطئة التي تؤدي إلى حدوث " توهم المعرفة " (٢٧).

على أن دور وسائل الإعلام لا يكون قاصراً، فقط، على إحداث هذه الظاهرة وعلى تعميق وجودها في المجتمع، فمن وجهة نظر كاتز Katz (١٩٩٥) أن وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً تنويرياً Enlightening عندما تكشف عن التوزيع الحقيقي للرأي في المجتمع وأنها يمكن أن تكون عاملاً على كسر حدة ظهور "توهم المعرفة" في المجتمع أو على الأقل تثبيت الحالة الراهنة للظاهرة (٢٨).

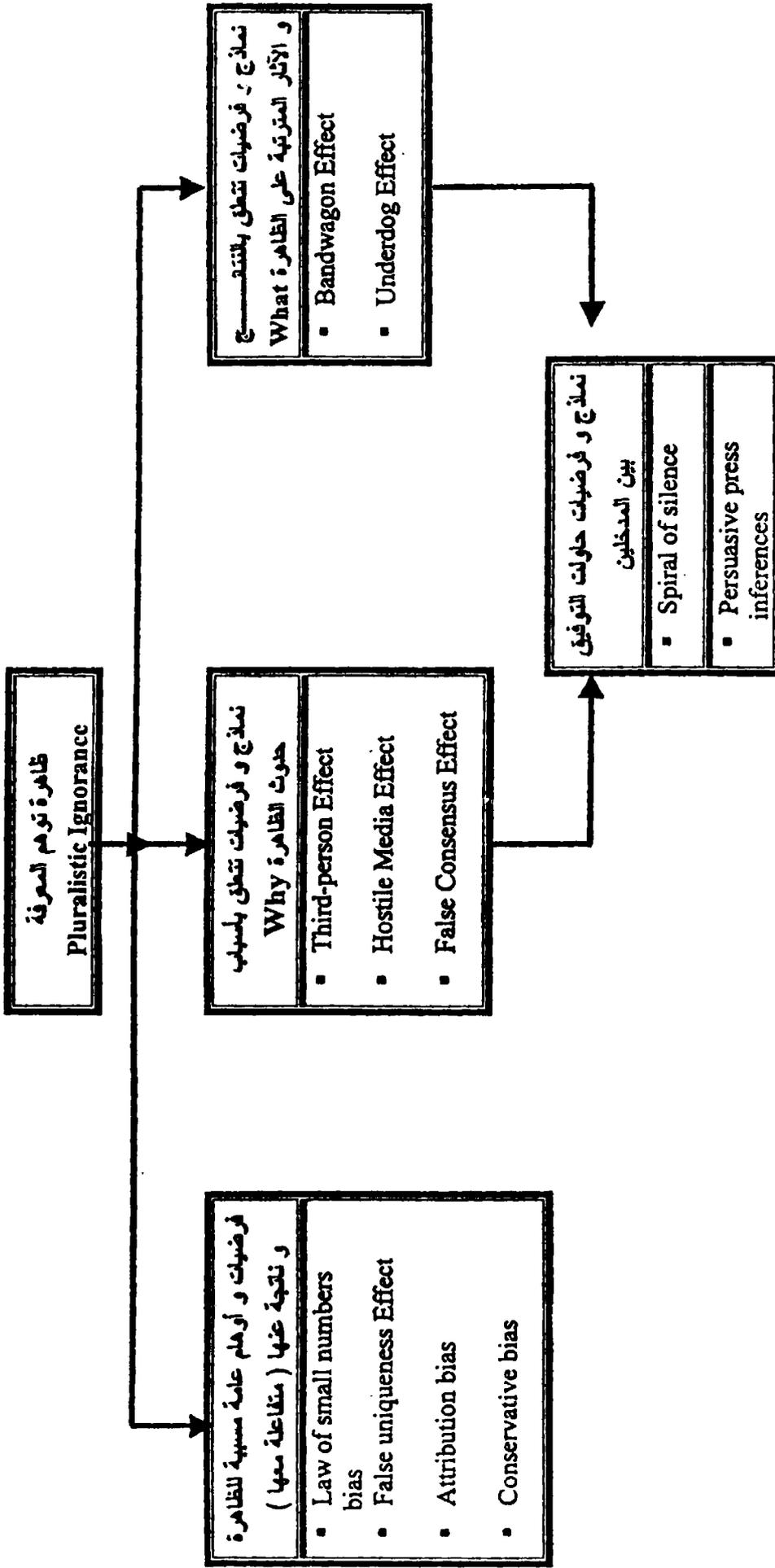
معنى ذلك، أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة في المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة، وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورها التنويري، وقد تصبح عاملاً لتثبيت الظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

ثانياً: المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة":

من استقراء التراث العلمي المتعلق بظاهرة "توهم المعرفة" يمكن تصور العلاقة بين المقاربات والفرضيات الإعلامية المتعلقة بالظاهرة في الشكل التالي:

شكل رقم (١)

المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة توهم المعرفة *



الفصل الثاني نظريات الراي العام

ويمكن الإشارة إلى هذه المقاربات على النحو التالي:-

(١) المقاربات والنماذج والفرضيات المفسرة لكيفية حدوث الظاهرة:

أ- نظرية تأثيرية الآخرين : Third Person Effect

تعود جذور نظرية "تأثيرية الآخرين" إلى عالم الاجتماع الألماني فيليبس دافيسون Davison (١٩٨٣)^(٢٩)، وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها منظوراً مبتكراً وجديداً في دراسة الراي العام^(٣٠)، كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جداً"^(٣١) وإلى كونها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"^(٣٢).

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يبالغون في تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين، بحيث يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على (الشخص الأول) ولا عليك (الشخص الثاني) وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين)^(٣٣). أما الفرض الأساس الثاني فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكي، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام"^(٣٤).

ب- فرضية الاتفاق (الإجماع) الزائف : False Consensus Effect

توجد مصطلحات أخرى متعددة تشير إلى هذه الفرضية منها "فرضية الارتباط الوهمي (الخادع) Illusion Correlation"، و"فرضية التحيز الناتج عن مركزية الأنا Ego-Centric Bias"، و"فرضية الإسقاط الذاتي Disowning Projection"، و"فرضية الإدراك الانعكاسي (المر آوى) Looking - Glass Perception"^(٣٥)، وكلها تعبر عن ميل الأفراد إلى المبالغة في تقدير الدعم والمؤازرة لسلوكهم ولقيمهم ولاتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذي يتخذه يحظى بتأييد أكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض، والأفراد الذين يمثلون الأقلية في موضوع ما قد يبالغون في تقدير نسبة من يشاركهم الراي إلى حد الاعتقاد في كونهم الأغلبية^(٣٦). ويذهب بعض الباحثين إلى أن الأفراد يبالغون في تقدير اتفاق الآخرين معهم بهدف الشعور بالدعم الاجتماعي لموقفهم الأمر الذي يؤدي إلى دعم شعورهم بذواتهم enhance Self-Esteem^(٣٧).

نظريات الراى العام الفصل الثانى

ج- فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الاعلام : Hostile Media Effect

و تشير هذه للفرضية. إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم، فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كانت درجة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهة نظرهم، ويعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين^(٢٨).

ففى دراسة أجراها روبرت فالون، ولى روس، ومارك ليبر ، Vallan , Ross & Lepper (١٩٨٥) عرض الباحثون شريط فيديو عليه تغطية إخبارية محايدة للصراع فى الشرق الأوسط وذلك على مجموعتين من الطلاب الفلسطينيين والإسرائيليين، وأظهرت للدراسة أن كل مجموعة قد رأت أن التغطية الإعلامية متحيزة للطرف الآخر^(٢٩).

(٢) فرضيات تتعلق بالنتائج المترتبة على الظاهرة :

أ- الاسياق وراء رأى الأغلبية : Bandwagon Effect

و يحدث هذا التأثير عندما يبدأ الأفراد فى محاباة ومناصرة الجانب الذى يعتقدون أنه سيكون الجانب للفائز (المنتصر) فى قضية ما وذلك للاستفادة من المكافآت الاجتماعية Social Rewards الناتجة عن الوقوف بجانب المنتصر^(٤٠).

ب- التحول عن رأى الأغلبية ومناصرة رأى الأقلية (مناصرة الخاسر) Underdog Effect :

وهذه الفرضية مناقضة لسابقتها، حيث تشير إلى أن معرفة الأفراد باتجاه الراى العام نحو قضية معينة يشجعهم على التفكير فى البراهين والحجج التى تصاحب الاتجاه السائد، وهذا التفكير قد يدفع الأفراد إلى اتخاذ الموقف النقيض لهذا الاتجاه، وقد يحدث ذلك بسبب تعاطف الأفراد مع الطرف الخاسر (اتجاه الأقلية) وإحساسهم بسوء حظ هذا الطرف^(٤١).

(٣) مقاربات نظرية حاولت الجمع بين الأسباب والنتائج :

أ- نموذج التوقعات (الاستنتاجات) المستمدة من وسائل الإعلام Persuasive

:Press Inferences

يشير هذا النموذج إلى أنه فى القضايا التى تحظى باهتمام عام يتجه الأفراد نحو وسائل الإعلام ويكونون من خلالها بعض الانطباعات عن هذه القضايا، ثم، فى خطوة لاحقة، يستنتج الأفراد ويشيرون إلى أن تغطية وسائل الإعلام غير مشابهة للطريقة التى أدركوا بها الحدث (القضية) وذلك لان هذه التغطية مشوهة Slant، ولأن الأفراد يفترضون أن الآخرين سيتعرضون لهذه التغطية (قانون الأعداد الصغيرة) وأنهم سيتأثرون بها أكثر منهم (نظرية تأثيرية الآخرين) لذا فإن مدركات الآخرين عن الحدث ستكون مشابهة ومتوافقة مع إطارها المتحيز Biased المقدمة به فى وسائل الإعلام^(٤٢).

ب- نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence

يقوم الفرض الرئيسى للنظرية على أن الأفراد نتيجة خوفهم من العزلة الاجتماعية فإنهم يلتمسون للتعرف على مناخ الراى العام فى محاولة للتوحد معه، وفى حالة اختلاف توجهات الراى العام عن توجهاتهم فإنهم، عادة، ما يخفون وجهة نظرهم ويؤثرون الصمت خوفاً من فرض العزلة الاجتماعية عليهم^(٤٣).

وتشير إليزابيث نويل-نيومان Noelle-Neumann (١٩٩١) إلى أن الفرضية

السابقة تقوم على خمسة افتراضات فرعية:-

- المجتمع يهدد الأفراد المنحرفين عن سياقه العام Deviants بالعزلة.
- الأفراد يعايشون شعور الخوف من العزلة باستمرار.
- الشعور بالعزلة يجعل الأفراد يلتمسون، ويقنمون، مناخ الراى العام فى كل الأوقات.
- تؤثر نتيجة هذا التقويم على السلوك العلني للأفراد، خاصةً عندما يُطلب منهم إعلان رأيهم بشأن قضية جدلية.
- تعتبر العمليات الأربعة السابقة مسئولةً عن تشكيل الراى العام وعن تغييره^(٤٤).

نظريات الراي العام الفصل الثاني

(٤) فرضيات وأوهام عامة مسببة للظاهرة ونتيجة عنها (متفاعلة معها):

أ- التحيز المبني على قانون الأعداد القليلة Law of small numbers Bias:

تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد لديهم الرغبة في وضع استنتاجات وأحكام قوية بناءً على كميات قليلة وشبه كافية من البيانات، فمثلاً قد يعتقد الأفراد أن ما يتعرضون له من أخبار هو نفس ما يتعرض له الآخرون، ووفقاً لهذا القانون فإن الأفراد قد يكونون أحكاماً عن القضية العامة The General Case بناءً على خبراتهم الذاتية، حتى ولو كانت هذه الخبرة قاصرة أو محدودة^(٤٥).

ب- التحيز المبني على خطأ النسبة (التصنيف) Attribution Bias:

و يسمى أيضاً Actor - observer Bias، ويشير إلى أن الأفراد يميلون إلى إدراك الآخرين باعتبارهم يتصرفون وفقاً لخصائص مزاجية Dispositional Attributions أما تصرفات الأفراد أنفسهم فتأتي استجابةً لخصائص موقفية Situational Attributions (أنا اشرب الخمر لأن الخمر مهدئ، هم يشربون الخمر لأنهم يحبون طعمه)، (أنا أغش في الامتحان لأن الظروف تضطرنني لذلك، هم يغشون لأنهم مخادعون)^(٤٦).

ج- تأثير الشعور بالتفرد الزائف False Uniqueness Effect:

ويعني الميل إلى المبالغة في إدراك وتقدير درجة الاختلاف وعدم التشابه بين الأنا والآخرين، وذلك بسبب حاجة الأنا إلى الشعور بالتفوق Superiority والتفرد Uniqueness^(٤٧).

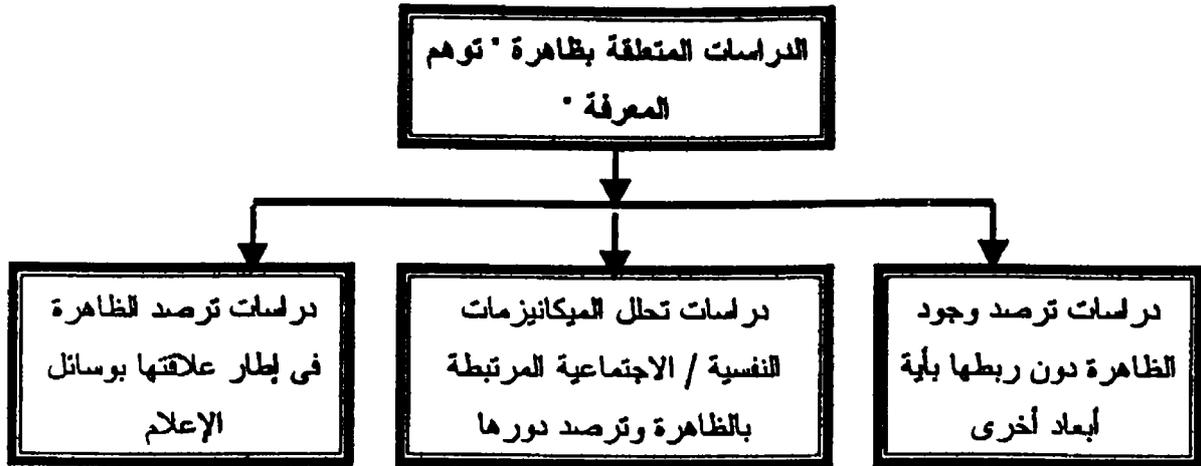
د- وهم تحفظ الآخرين Conservative Bias:

ويعني ميل الأفراد إلى رؤية أنفسهم أكثر تحرراً وإلى رؤية الآخرين أكثر تحفظاً ومحافظةً وذلك عندما يعلنون آراءهم^(٤٨).

ثالثاً: الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة توهم المعرفة:

يمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بظاهرة "توهم المعرفة" إلى ثلاث مجموعات وذلك على النحو التالي:-

شكل رقم (٢)



١- الدراسات التي ترصد وجود الظاهرة:

(أ) دراسة وارين بريد وتوماس كتسانيس Breed & Ktsanes (١٩٦١): وتتعلق بقضية التمييز والتفرقة العنصرية Segregation ضد الزنوج، تم تطبيقها على عينة من المسيحيين البروتستانت (ن = ٢٢٤) وتم ملء الليانات بردياً وخلصت إلى أنه عندما يتبلور الراي العام في نظام اجتماعي معين تقل درجة 'توهم المعرفة' لدى أفراد هذا النظام، ويميل الراي العام إلى أن يصبح متحفظاً^(٤٩).

(ب) دراسة دانيال أيزنبرج Isenberg (١٩٨٠): عن مستويات تحليل ظاهرة توهم المعرفة "Levels of Analysis of Pluralistic Ignorance Phenomenon" وتم تطبيقها على عينة من الطلاب الأمريكيين والإسرائيليين (ن = ٢٣٣) وخلصت إلى أن ظاهرة 'توهم المعرفة' تختلف باختلاف السياق الثقافي الذي تنشأ فيه للظاهرة، وإنها قد ترجع إلى بعض التحيزات والأخطاء المعرفية Certain Cognitive Biases^(٥٠).

(ج) دراسة جين كارول جلين Carroll Glynn (١٩٨٣): وتهدف إلى تحليل معتقدات الأفراد عن الآراء التي يحملها الآخرون في نفس الجماعة، وتم تطبيقها على عينة من البالغين في مدينتي ماديسون وويسكنسن Madison & Wisconsin (ن = ٢٩٧) وخلصت إلى وجود ظاهرة 'توهم المعرفة' لدى عينة الدراسة، وأشارت إلى أن الاختلاف بين رأى الفرد Stated Opinion ومدركاته عن آراء

نظريات الراى العام الفصل الثانى

الأخرين Perceptions of other's opinions يختلف من شخص لأخر ومن قضية لأخرى^(٥١).

(د) دراسة ويندى ويلتس Willits (١٩٨٦) : وتهدف إلى التعرف على مدى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " فى مدركات الأفراد عن قضية الصراع بين الأباء والأبناء Parent-Youth conflict، وتم تطبيقها على عينة من طلاب جامعة بنسلفانيا، وكشفت عن وجود للظاهرة لدى الطلاب فيما يتعلق بهذه القضية حيث يرى الطلاب أن الآخرين يعانون من قدر كبير من الصراع مع الأباء أكثر مما يعتقدون أنهم يعانونه مع أسرهم^(٥٢).

(هـ) دراسة ديل ميلر وكاتى ماكفرلاند Miller & Mcfarland (١٩٨٧) :

و خلصت إلى أن الأفراد يعتقدون أن لديهم من الخصائص الكافية للحكم الصحيح على الأشياء أكثر مما يمتلكه الآخرون، وأنهم يعتقدون أن الخوف من الإحراج يؤثر على سلوكهم أكثر مما يؤثر على سلوك الآخرين^(٥٣).

(و) دراسة آن مارى ماجور وأروين أتوود Major & Atwood (١٩٨٨) : وهى عن ظاهرة " توهم المعرفة " فى مجال القضايا السياسية وتم تطبيقها على عينة من سكان هونج كونج (ن = ٦٢٤)، حيث تم سؤالهم عن معتقداتهم بشأن الاتفاقية الموقعة بين بريطانيا والصين بشأن عودة هونج كونج إلى السيادة الصينية بحلول عام ١٩٩٧ وخلصت للدراسة إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة فيما يتعلق بهذه القضية^(٥٤).

(ز) دراسة ديبورا برنتيش وديل ميلر Prentice & Miller (١٩٩٣) : وتهدف إلى رصد وجود الظاهرة فيما يتعلق بتعاطى المواد الكحولية فى الحرم الجامعي، وتم تطبيقها على عينة من الطلاب فى الجامعات الأمريكية، وخلصت إلى وجود الظاهرة، حيث أشار الطلاب إلى أنهم أقل ارتياحاً more uncomfortable مع سلوكيات تعاطى المواد الكحولية فى الجامعة مقارنة بالطلاب الآخرين^(٥٥).

(ح) وفى دراسة أخرى للباحثين نفسيهما (١٩٩٣) : خلص الباحثان إلى أن ظاهرة " توهم المعرفة " ترجع إلى للمدركات الخاطئة التى يكونها الأفراد عن التأثير

الفصل الثاني نظريات الراي العام

النسبي للدوافع الإنسانية على تصرفاتهم وعلى تصرفات الآخرين وأن هذه المدركات الخاطئة تؤدي إلى الشعور للزائف بالاختلاف لدى الأفراد (Illusory Feelings of deviance.^(٥٦))

(ط) دراسة آن ماري ماجور Major (١٩٩٧): وتم تطبيقها على عينة من سكان منطقة New Madrid Seismic في الولايات المتحدة (ن=٦٢٩) وذلك عن معتقدات السكان بشأن زلزال من المتوقع حدوثه في وسط الولايات المتحدة، وأظهرت الدراسة أن هناك وجوداً للظاهرة فيما يتعلق بهذا الموضوع، وأن قوة وجود الظاهرة يحكمها عاملان: الأول هو مدى اعتقاد الأفراد في حدوث الزلزال Believability والثاني هو إدراك الأفراد لمدى أهمية الحدث (قوة الزلزال) Importance^(٥٧).

(ي) دراسة جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧): وتهدف إلى اختبار وجود الظاهرة في عدد من المجالات السياسية والدينية والثقافية وذلك بالتطبيق على ٢٤ قضية تشغل الراي العام الإسرائيلي (على سبيل المثال: قضايا متعلقة بالصراع العربي - الإسرائيلي مثل الأرض مقابل السلام، التفاوض مع المنظمة، إرجاع الجولان إلى سوريا، وقضايا دينية مثل لعب كرة القدم يوم السبت...) وبلغ حجم العينة ٨٠٨ إسرائيلي، وخلصت الدراسة إلى أن قلة المعلومات حول قضية ما يقلل من درجة وضوحها (بروزها) Visibility ومن ثم يحدث بشأنها " توهم المعرفة " وهو ما حدث في القضايا موضع الدراسة^(٥٨).

(ك) دراسة أنيجو أو جارتى وآخرين Ugarte (١٩٩٨): وتم تطبيقها على ١١٨ إسبانياً تتراوح أعمارهم بين ١٤-٥٦ عاماً وذلك حول اتجاهاتهم الشخصية ومعتقداتهم عن اتجاهات الآخرين فيما يتعلق بالغجر Gypsies في إقليم الباسك بأسبانيا. وخلصت الدراسة إلى وجود الظاهرة فيما يتعلق بهذه القضية حيث يرى أفراد العينة أنهم أكثر تسامحاً مع الغجر مقارنة بالآخرين^(٥٩).

(ل) دراسة أندرو هاييس وآخرين Hayes (٢٠٠١): وتم تطبيقها على مرحلتين الأولى (ن=١٧٨) والثانية (ن=٥٧) وذلك على قضايا مثل اتجاهات الأفراد نحو السماح بالإجهاض في الشهور الأولى للحمل، تحليل الدم لاكتشاف الإيدز

نظريات الراى العام الفصل الثالث

والكبد الوبائي قبل الالتحاق بالجامعة، وضع قيود على بعض المضامين على شبكة الإنترنت، وخلصت الدراسة فى مرحلتها إلى وجود الظاهرة فى مثل هذه القضايا^(١٠).

٢- الدراسات التى تحلل الميكانزمات النفسية / الاجتماعية المرتبطة بالظاهرة:

(أ) دراسة ليندا بيرلوف وفيليب بريكمان Perloff & Brickman (١٩٨٢):

وأخضعت للتحليل بعض التحيزات والأخطاء الإدراكية التى تؤدى إلى إدراك التشابه Biases of perceptions of similarity ومنها:

- وهم الإجماع (الاتفاق) الزائف False consensus
- وهم التفرد False uniqueness

وخلصت الدراسة إلى وجود ارتباط بين هذه الميكانزمات والعمليات النفسية من ناحية وظاهرة توهم المعرفة من ناحية أخرى^(١١).

(ب) دراسة جارث تايلور Taylor (١٩٨٢): وهدفت إلى رصد وتحليل العلاقة بين ظاهرة " توهم المعرفة " و" دوامة الصمت "، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٥٠٠ مفردة تم سؤالهم عن توزيع الراى العام بشأن ثلاث قضايا بيئية، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تفاعلاً بين الظاهرتين " توهم المعرفة "، " دوامة الصمت "^(١٢).

(ج) دراسة ياسين لاشين (١٩٨٤): وهدفت إلى التوصل إلى نظرية متكاملة للراى العام وذلك باختبار فروض نظرية دوامة الصمت والافتراضات المتعلقة بتوهم المعرفة، وهم الاتفاق الزائف وذلك على عينة مكونة من ٣٩١ مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن عملية تكوين الراى العام ليست بالبساطة التى تقدمها نظرية دوامة الصمت وأن هناك متغيرات عديدة تتفاعل مع بعضها لتشكل الراى العام، وأن النظرية لا تثبت فى كل القضايا تحت كل الظروف^(١٣).

(د) دراسة برين مولين وآخرين Mullen (١٩٨٥): وهى دراسة تحليلية من المستوى الثانى Meta analysis لـ ١١٥ اختباراً لفروض تم إجراؤها على فكرة " الإجماع (الاتفاق) الزائف "، وخلصت الدراسة إلى وجود دلالة إحصائية

الفصل الثانی نظريات الراى العام

مرتفعة لوجود الفكرة، وأن هناك تجانساً وتناسقاً بين النتائج لاسيما فى علاقتها بتوهم المعرفة^(١٤).

(هـ) دراسة كلرول جليـن ورونالد اوستمان Glynn & Ostman (١٩٨٨): وأخضعت للتحليل الافتراضات المتعلقة بالتأثيرات غير الشخصية Impersonal Impact Hypotheses وتأثرية الآخرين Third Person Effect، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٨٥ مفردة، وخلصت إلى أن هناك اعتقاداً لدى الأفراد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثر مقارنةً بهم وأكثر عرضة للانسياق وراء الراى العام منهم^(١٥).

(و) دراسة ادوارد كيوليتى Quality (١٩٩٠) :و هدفت إلى ربط ظاهرة تعاطى المواد الكحولية ببعض الأبعاد النفسية والاجتماعية مثل الشعور بالعجز Helplessness، واختبرت علاقة " توهم المعرفة " بـ " توهم " التفرد الزائف False Uniqueness، وأشارت النتائج إلى أن الأفراد ينسبون لأنفسهم دوافع لتعاطى المواد الكحولية لا ينسبونها للآخرين وذلك بسبب شعورهم بالتفرد^(١٦).

(ز) دراسة تامارا كاي بالدوين Baldwin (١٩٩١) :و أخضعت للتحليل الفروض المتعلقة بـ " تأثرية الآخرين " و " الإجماع (الاتفاق) الزائف " وخلصت إلى أن ٦٠ % من عينة الدراسة لديهم وهم الإجماع الزائف، وأنهم يشعرون أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر مقارنةً بهم، وبصفة عامة فإن هناك علاقة بين " توهم المعرفة " و " تأثرية الآخرين " و " الإجماع الزائف " ^(١٧).

(ح) دراسة جاكوب شامير Shamir (١٩٩٣) :و اختبرت ظاهرة " توهم المعرفة " فى علاقتها بـ " الإجماع الزائف " والميل إلى المحافظة Conservative Bias فى مقابل الميل إلى التحرر Liberal Bias، وخلصت الدراسة إلى أن ظاهرة " توهم المعرفة " لا توجد فى كل القضايا، وأن هناك العديد من الميكانزمات النفسية / الاجتماعية التى تعمل مستقلة عن الظاهرة^(١٨).

نظريات الراى العام الفصل الثانى

٣- الدراسات التى ترصد الظاهرة فى إطار علاقتها بوسائل الإعلام:

(أ) دراسة يونج سون بارك Park (١٩٨٥) :وتهدف إلى اختبار دور المتغيرات الاتصالية فى تكوين العلاقة بين " رأى الفرد للشخصى " وإدراكه عن رأى الأغلبية حول قضية معينة، كما تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام فى تكوين الآراء الدقيقة لدى الأفراد، وخلصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقة بين إدراك الراى الشخصى وإدراك رأى الآخرين تتوقف على عوامل مختلفة منها طبيعة القضية، مدة التغطية الإعلامية للقضية، طريقة معالجة وسائل الإعلام للقضية^(٦٩).

(ب) دراسة وليام ايفلاند وآخرين Eveland (١٩٩٥) :وتهدف إلى قياس اتجاهات الجمهور نحو حرب الخليج الثانية ودور وسائل الإعلام فى تكوين هذه الاتجاهات، وتم تطبيق الدراسة على عينة من سكان New Castle County (ن = ٢٩٢)، وخلصت إلى أن مدركات للجمهور وللراى العام عن حرب الخليج لم تكن دقيقة وكانت متحيزة تجاه تأييد الحوب، وأن التغطية الإخبارية للحرب قد أثرت على مدركات الراى العام تجاهها وتسببت التغطية فى ظهور " توهم المعرفة " إذ كان إدراك الأفراد لمدى تأييد الآخرين للحرب أكبر مما كان موجوداً فى الواقع^(٧٠).

(ج) دراسة آن سوک كيم Kim (١٩٩٦) :وتهدف إلى قياس تأثير السلوك الاتصالى Communication Behavior للفرد وتأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الأفراد نحو بعض القضايا البيئية، وأشارت إلى أن المبحوثين الذين أدرکوا بدقة آراء الآخرين واعتبروها مطابقة لآرائهم " Looking-glass majority consensus " كانوا أقل احتمالاً لمشاهدة للتلفزيون واستماعاً للراديو فيما يتعلق بالمواد البيئية، ولكنهم كانوا أكثر استخداماً للاتصال الشخصى، ولم تثبت الدراسة الفرض القائل أن المبحوثين الذين قدروا بصورة غير دقيقة أهمية القضايا البيئية بالنسبة للآخرين أشاروا إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الآخرين مقارنة بهم^(٧١).

- (د) دراسة ألبرت جانثر Gunther (١٩٩٨) :وتهدف إلى اختبار نموذج " الاستنتاجات المستمدة من وسائل الإعلام The Persuasive Press Influences " ، وخلصت إلى صحة الفرض القائل بأن الأفراد يميلون إلى تقدير اتجاهات الرأي العام بناء على قراءتهم لاتجاهات التغطية الإعلامية وأن هذه القراءة تؤثر على اتجاهاتهم الشخصية، وتشير الدراسة إلى أنه على الرغم من احتمالية أن يعتمد الأفراد في بناء أحكامهم عن توجهات الرأي العام على مصادر عدة، فإن وسائل الإعلام لها دور كبير في معظم الحالات التي تمت دراستها^(٧٢).
- (هـ) دراسة ألبرت جانثر وستيلا تشيا Gunther & Chia (٢٠٠١): وتهدف إلى اختبار فرضية " التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام Hostile Media وتأثيرها على ظاهرة "توهم المعرفة"، وذلك بالتطبيق على قضية خلافية وهي استخدام الحيوانات الأولية Primates في التجارب المعملية، وافترض الباحثان أن الأفراد على جانبي القضية سوف يجدون أن التغطية الإخبارية غير متوافقة نسبياً مع وجهة نظرهم، وبسبب إدراك تحيز الوسائل الإعلامية Media Slant فإن الأفراد سيتجهون إلى تكوين اتجاهات عكسية، وقد أثبتت نتائج الدراسة هذا الفرض^(٧٣).

المبحث الرابع
الجانب التطبيقي للدراسة

اولا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

*** فروض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار ستة فروض هي:

(١) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين (لهذه القضايا) كما يدركها هذا الفرد (فرضية توهم المعرفة).

(٢) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحف) ودرجة " توهم المعرفة " لديهم. (فرضية تأثير وسائل الإعلام).

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد ودرجة اعتقاده في كون رأيه يمثل رأى الأغلبية. (فرضية وهم الإجماع الزائف).

(٤) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد ودرجة اعتقاده في التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام. (فرضية الاعتقاد في التغطية المتحيزة)

(٥) تختلف درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد باختلاف:

أ - درجة اعتقاده في تأثير الراي العام على الذات

ب- درجة اعتقاده في تأثير الراي العام على الآخرين

ج- درجة تقييم الذات لدى الفرد

د- درجة اعتقاده في جدارة الناس بالثقة

هـ- درجة اعتقاده في مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس

و- درجة اعتقاده في مستوى الاستقلالية لدى الناس

(العوامل النفسية / الاجتماعية المؤثرة في الظاهرة)

(٦) تختلف درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد باختلاف:

- النوع - مكان الإقامة (ريف - حضر)

- السن

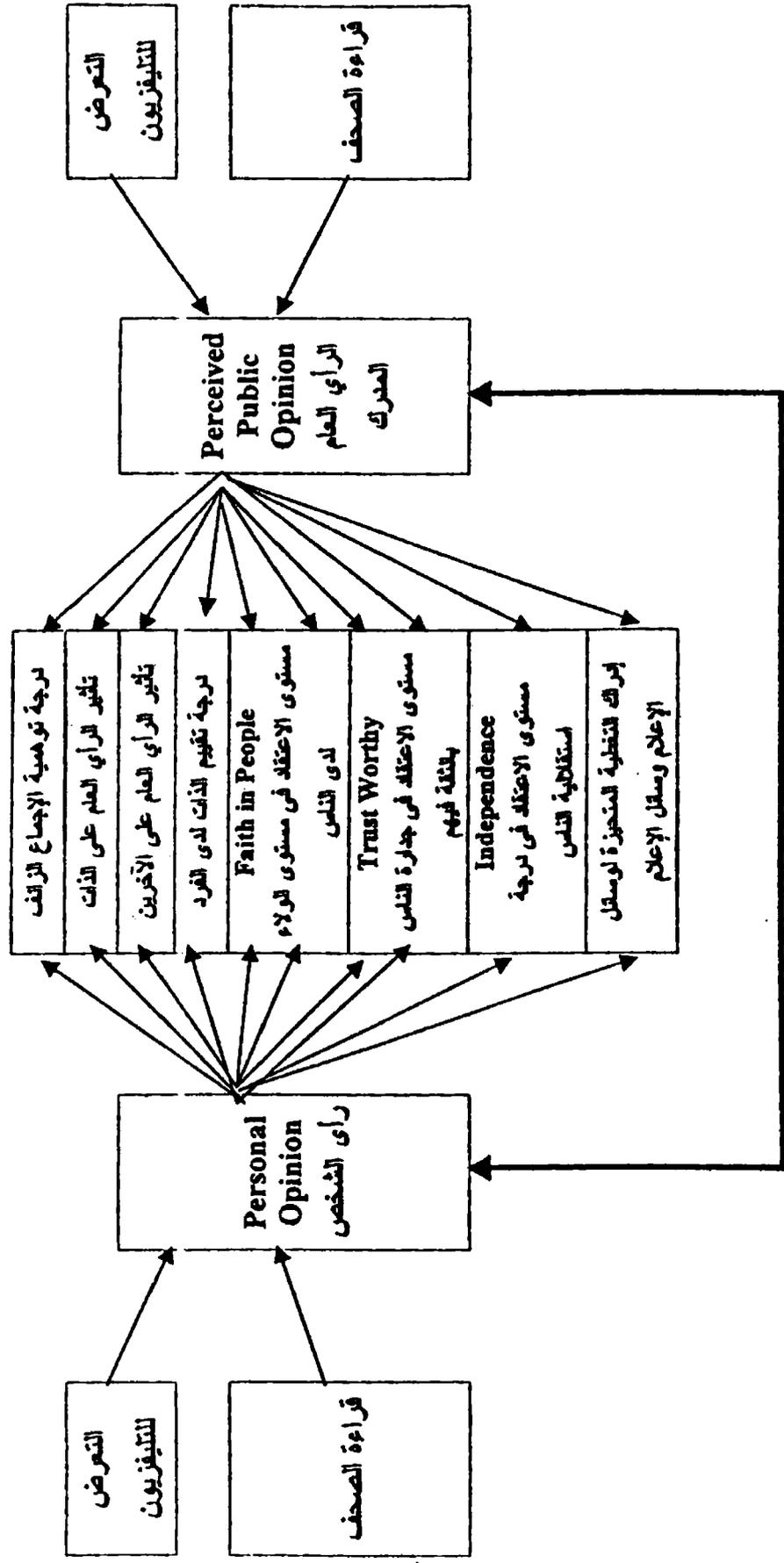
* متغيرات الدراسة :

جدول رقم (١) متغيرات الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع
الأول	درجة تأييد أو معارضة الفرد للفضية موضع التطبيق (١ M)	درجة توهم المعرفة ٢ M - ١ M =	درجة تأييد أو معارضة الآخرين للفضية موضع التطبيق كما يدركها الفرد (٢ M)
الثاني	حجم التعرض لوسائل الإعلام	-	درجة توهم المعرفة
الثالث	درجة توهم المعرفة	-	وهم الإجماع الزائف
الرابع	درجة توهم المعرفة	-	إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام
الخامس	- درجة اعتقاد الفرد في تأثير الرأي العام على الذات - درجة اعتقاد الفرد في تأثير الرأي العام على الآخرين - درجة تقييم الذات لدى الفرد - درجة اعتقاد الفرد في جدارة الناس بالثقة - درجة اعتقاد الفرد في مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس - درجة اعتقاد الفرد في مستوى الاستقلالية لدى الناس	- - - - - - -	درجة توهم المعرفة
السادس	- للنوع - للمن - مكان الإقامة	- - -	درجة توهم المعرفة

شكل رقم (٣)

نموذج مقترح للعلاقة بين متغيرات الدراسة



• منهجية قياس متغيرات الدراسة:

١- المتغيرات الاتصالية:

(أ) مقياس حجم التعرض للتلفزيون:

- هو مقياس تجميعى يتكون من أربعة أسئلة (مغلقة) تتناول مدى التعرض للتلفزيون المصري، وعدد ساعات التعرض اليومي، ومدى مشاهدة برامج الوأى والحوار فيه وأنماط مشاهدة هذه البرامج.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٦ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٢ درجة (معدل تعرض منخفض)
- ١٢ - ٢٤ (معدل تعرض متوسط)
- ٢٤ فأكثر (معدل تعرض مرتفع)

(ب) مقياس معدل قراءة الصحف:

- هو مقياس تجميعى أيضاً يتكون من ثلاثة أسئلة، يقيس الأول معدل القراءة الأسبوعي للصحف، يقيس الثاني عدد الصحف التي يقرأها الفرد يومياً، ويقيس الثالث طبيعة المواد التي يحرص على قراءتها.

- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٠ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٠ درجات (معدل قراءة منخفض)
- ١٠ - ٢٠ (معدل قراءة متوسط)
- ٢٠ فأكثر (معدل قراءة مرتفع)

٢- المتغيرات النفسية / الاجتماعية:

(أ) مقياس تقييم الذات: Self-Esteem

- استخدم الباحث نسخة مختصرة للمقياس الذى وضعه كوبر سميث Coppersmith (١٩٦٧)^(٧٤)، ومن عبارات هذا المقياس:-

• منهجية قياس متغيرات الدراسة:

١- المتغيرات الاتصالية:

(أ) مقياس حجم التعرض للتلفزيون:

- هو مقياس تجميعى يتكون من أربعة أسئلة (مغلقة) تتناول مدى التعرض للتلفزيون المصري، وعدد ساعات التعرض اليومي، ومدى مشاهدة برامج الوأى والحوار فيه وأنماط مشاهدة هذه البرامج.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٦ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٢ درجة (معدل تعرض منخفض)
- ١٢ - ٢٤ (معدل تعرض متوسط)
- ٢٤ فأكثر (معدل تعرض مرتفع)

(ب) مقياس معدل قراءة الصحف:

- هو مقياس تجميعى أيضاً يتكون من ثلاثة أسئلة، يقيس الأول معدل القراءة الأسبوعي للصحف، يقيس الثاني عدد الصحف التي يقرأها الفرد يومياً، ويقيس الثالث طبيعة المواد التي يحرص على قراءتها.

- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٠ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٠ درجات (معدل قراءة منخفض)
- ١٠ - ٢٠ (معدل قراءة متوسط)
- ٢٠ فأكثر (معدل قراءة مرتفع)

٢- المتغيرات النفسية / الاجتماعية:

(أ) مقياس تقييم الذات: Self-Esteem

- استخدم الباحث نسخة مختصرة للمقياس الذى وضعه كوبر سميث Coppersmith (١٩٦٧)^(٧٤)، ومن عبارات هذا المقياس:-

نظريات الراى العام الفصل الثانى

(ج) مقياس مستوى استقلالية الأفراد: Independence

- هو بعد من مقياس (PHN) أيضاً الذى وضعه رايتسمان Wrightsman (١٩٦٤)^(٧٦) ومن عبارات هذا البعد:-
- لكى تصبح ناجحاً فى هذه الأيام، ليس من المهم أن تعمل بجد ولكن أن تعرف كيف توفق أوضاعك مع الآخرين.
- لن يعبر الإنسان العادى (البسيط) عن رأيه الحقيقى إلا نادراًو اعتقد أن الآخرين يعارضون هذا الراى.
- الشخص الذى لديه أفكار جديدة ومبتكرة ومختلفة عن أفكار الآخرين محترم فى بلادنا.
- قد يغير معظم الأفراد آراءهم المعلنة لو تعرضوا لنقد لها ولكنهم لا يغيرون قناعتهم الشخصية.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحو المبين فى المقياس السابق.

(د) مقياس مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس: Faith in People

- تم استخدام المقياس الذى وضعه روزنبرج Rosenberg (١٩٥٧)^(٧٧) ويتكون هذا البعد من خمس عبارات منها:-
- معظم الناس لا يهتمون إلا بأنفسهم.
- إذا لم يكن الإنسان يقظاً فسوف يستغله الآخرون.
- الناس بطبيعتهم متعاونون (الناس متعاونون بالفطرة).
- معظم الناس لا يمكن الثقة بهم.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحو المبين فى المقاييس السابقة.

٣- مقاييس متعلقة بمدركات الأفراد عن الراى العام:

- وهما مقياسان وضعهما كارول جلين ورونالد اوستمان Glynn & Ostman (١٩٨٨)^(٧٨) وطبقاهما فى دراستهما.

الفصل الثانی نظريات الراى العام

(أ) مقياس إدراك تأثير الراى العام على الذات:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- نتائج استطلاعات الراى قليلة الأهمية بالنسبة لى وذلك عندما أكون رأياً بشأن معظم القضايا.
- يمكننى أن أبدي اعتراضى وأن اختلف مع أى شخص حتى ولو كان مسئولاً كبيراً.
- لو اعتقدت أن الآخرين لديهم آراء مختلفة عن آرائى فى كثير من القضايا التى اعتقد فى أهميتها بالنسبة لى فإنه من المحتمل ألا أعلن آرائى هذه وألا أصرح بها لهم.

(ب) مقياس إدراك تأثير الراى العام على الآخرين:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- فى أحيان كثيرة يقول الأفراد أشياء لا يعتقدون فيها لعلمهم أنها ستلقى قبولاً من الآخرين.
- يغير الأفراد، عادةً، ما يقولون لو كان الآخرون الموجودون معهم فى نفس المكان يعتقدون خلاف ذلك.
- معظم الناس يقولون ما يعتقدون فيه بغض النظر عن وجهة نظر الآخرين.
- تم تطبيق الإجراءات المتعلقة بتقسيم المبحوثين والتي تم استخدامها فيما سبق من مقاييس على هذين المقياسين أيضاً.

٤- مقياس توهم المعرفة:

تم تطبيق الدراسة على ثلاث قضايا (منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب، إحياء اتفاقية الدفاع العربى، تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس) واتبع فى قياس مستوى توهم المعرفة فى كل قضية الإجراءات ذاتها التى اتبعت فى القضيتين الأخرين وذلك على النحو التالى:-

- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية التى تبدأ من موافق جداً (خمسة درجات)، و تنتهى بمعارض جداً (درجة واحدة) ويتعلق باتجاهات

نظريات الراى العام الفصل الثانى

- الفرد تجاه القضية أو الاقتراح المطروح.
- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية أيضاً ويتعلق بإدراك الأفراد لاتجاهات الآخرين تجاه القضية أو الاقتراح المطروح.
- يمثل حاصل طرح درجات السؤال الأول والسؤال الثانى قيمة " توهم المعرفة " وكلما زاد هذا الفارق بين الإجابتين زاد مستوى " توهم المعرفة لدى الأفراد " .

٥- مقياس التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

- سؤال يقيس فرضية "عدوانية وسائل الإعلام " Media Slant - Hostile Media " ، ويتكون من سؤال مباشر على النحو التالى:-
- هل عكست وسائل الإعلام المصرية وجهة نظرك هذه أم عكست وجهة النظر المعاكسة؟
- عكست وجهة نظري
- عكست وجهتي النظر بحياد وتوازن

٦- مقياس " وهم الإجماع (الاتفاق) الزائف False Consensus":

- و يتكون من سؤالين هما:-
- من وجهة نظرك: أيهما أكثر فى المجتمع المصري:
- المؤيدون لهذا الموضوع (الاقتراح) • المعارضون لهذا الموضوع (الاقتراح)
- لو تم إجراء استطلاع للرأى فى هذه الأيام، فكم هى نسبة المصريين - من وجهة نظرك - الذين سيؤيدون هذا الاقتراح؟ (..... %).

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على منهج المسح Survey Method وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات^(٥). وتم ملؤها مع المبحوثين من

(٥) لقياس صدق الاستمارة تم عرضها قبل تطبيقها على عدد من المحكمين هم :-
أ.د. سامى عبد العزيز رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة / .
د. نائلة عمارة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان..../ د. إيمان جمعة أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
ولقياس الثبات تم إعادة التطبيق على ١٠% من العينة (داخل محافظات القاهرة الكبرى فقط) بعد شهر من التطبيق ، وكانت درجة الثبات هى ٠,٩٦ وهى درجة ثبات عالية .

خلال المقابلة الشخصية.

• عينة الدراسة:

- حجم العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٣٧٥ مفردة.
- نوع العينة: هي عينة احتمالية، تم سحب مفرداتها بطريقة العينة العنقودية **Cluster Sample**
- المجال الجغرافي للعينة: تم سحب مفردات العينة بالتساوي من خمس محافظات هي: (القاهرة، الجيزة، القليوبية، الشرقية، أسيوط)
- المجال الزمني لجمع البيانات: تم تطبيق الدراسة فى المحافظات الخمس بطريقة متوازية، وذلك خلال شهر يونيو ٢٠٠٢ م. (*)

• طريقة اختيار مفردات العينة:

(أ) القاهرة:

تم تقسيم إحياء القاهرة إلى ثلاث فئات:

- إحياء راقية

- إحياء متوسطة

- إحياء منخفضة

- من كل فئة تم اختيار " أحد الأحياء " منها بطريقة عشوائية (تمت كتابة أسماء الأحياء على ورق تم طيه ووضعها فى سلة) وأسفر الاختيار عن ثلاثة إحياء هي:- الزمالك، حدائق القبة، شبرا.
- داخل كل حى من الأحياء الثلاثة تم اختيار شارع رئيسي فيها بطريقة عشوائية، وأسفر ذلك عن اختيار ثلاثة شوارع هي:- شارع محمد مظهر بالزمالك، شارع مصر والسودان بحدائق القبة، شارع شبرا بشبرا.
- داخل كل شارع تم اختيار رقم عشوائي للبداية (رقم ٣) وذلك بالنسبة للعمارات السكنية، (٣، ٦، ٩، ١٢،) وكذلك بالنسبة للشقق داخل كل عمارة.

(*) ساعد الباحث فى ملء بيانات الدراسة وفى إدخال البيانات إلى الحاسب الآلى عشرة باحثين من خريجي كلية الإعلام - جامعة القاهرة وينتمون إلى المحافظات التى تم التطبيق عليها .

نظريات الراى العام الفصل الثانى

(ب) بقية المحافظات :

- من كل محافظة تم اختيار " مركز " بطريقتة عشوائية (يتكون المركز من مدينة رئيسية وعدة قرى مجاورة)، وداخل كل مدينة تم اختيار الشارع الرئيسي فيها، أما القرى فتم اختيار إحداها بطريقتة عشوائية وتم التطبيق على المتعلمين (الحاصلين على شهادة متوسطة على الأقل) فيها بطريقتة عمدية وذلك لصعوبة إخضاع ذلك للعشوائية لقلة عدد المفردات فى كل قرية.

• خصائص عينة الدراسة:

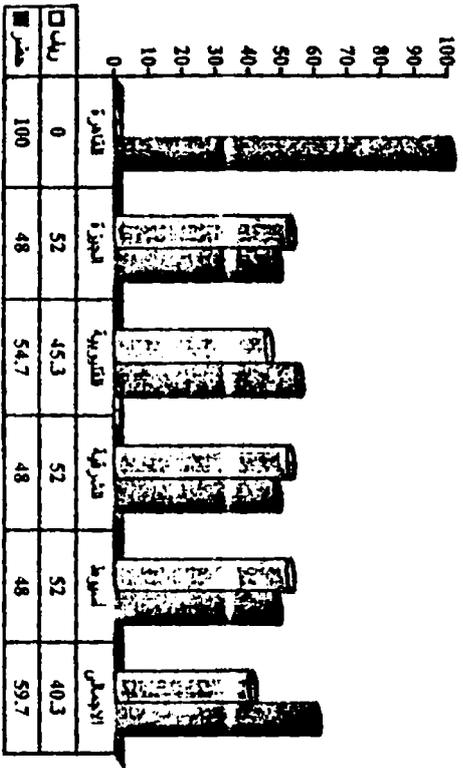
يوضح الجدول رقم (٢) خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (٢)

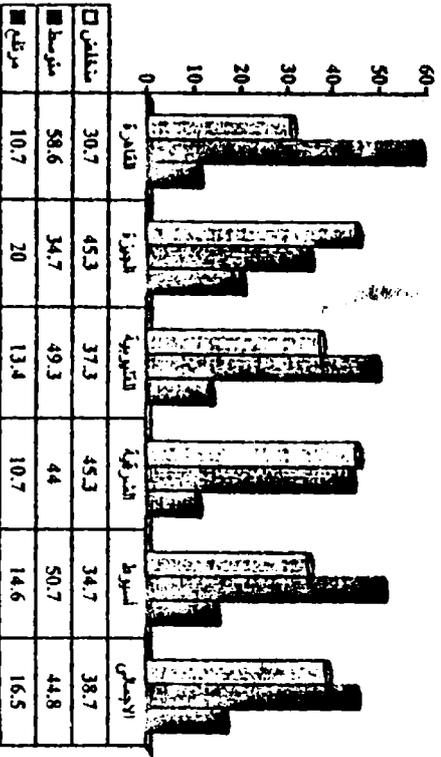
خصائص عينة الدراسة

الإجمالي ن=٣٧٥		أسيوط ن=٧٥		الشرقية ن=٧٥		القليوبية ن=٧٥		الجيزة ن=٧٥		القاهرة ن=٧٥		المحافظات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات	
٥٦,٨	٢١٣	٦١,٣	٤٦	٥٢	٣٩	٦٥,٣	٤٩	٥٦	٤٢	٤٩,٣	٣٧	ذكور	• النوع:
٤٣,٢	١٦٢	٣٨,٧	٢٩	٤٨	٣٦	٣٤,٧	٢٦	٤٤	٣٣	٥٠,٧	٣٨	إناث	
٤٠,٣	١٥١	٥٢	٣٩	٥٢	٣٩	٤٥,٣	٣٤	٥٢	٣٩	-	-	ريف	• المنطقة السكنية:
٥٩,٧	٢٢٤	٤٨	٣٦	٤٨	٣٦	٥٤,٧	٤١	٤٨	٣٦	١٠٠	٧٥	حضر	
٢٧,٢	١٠٢	٢١,٣	١٦	٣٣,٣	٢٥	٣٣,٣	٢٥	٢٦,٧	٢٠	٢١,٣	١٦	٣٠-٢٠	• السن:
٢٢,١	٨٣	٢٢,٧	١٧	٢٤	١٨	١٧,٣	١٣	٢٨	٢١	١٨,٧	١٤	٤٠-٣٠	
٢٠,٥	٧٧	٣٣,٣	٢٥	٢٠	١٥	١٣,٣	١٠	١٦	١٢	٢٠	١٥	٥٠-٤٠	
١٨,٤	٦٩	١٧,٣	١٣	١٣,٣	١٠	٢٢,٨	١٧	١٦	١٢	٢٢,٧	١٧	٦٠-٥٠	
١١,٧	٤٤	٥,٤	٤	٩,٤	٧	١٣,٣	١٠	١٣,٣	١٠	١٧,٣	١٣	٧٠-٦٠	
٣٨,٧	١٤٥	٣٤,٧	٢٦	٤٥,٣	٣٤	٣٧,٣	٢٨	٤٥,٣	٣٤	٣٠,٧	٢٣	منخفض	• المستوى الاقتصادي
٤٤,٨	١٦٨	٥٠,٧	٣٨	٤٤	٣٣	٤٩,٣	٣٧	٣٤,٧	٢٦	٤٥,٣	٣٤	متوسط	
١٦,٥	٦٢	١٤,٦	١١	١٠,٧	٨	١٣,٤	١٠	٢٠	١٥	٢٤	١٨	مرتفع	

المنطقة السكنية

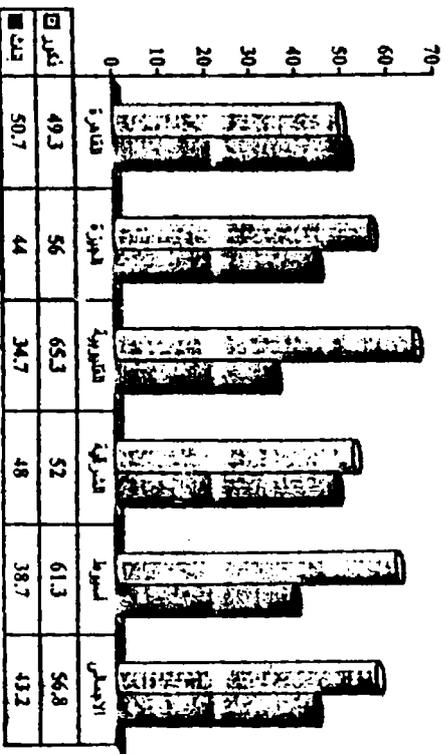


المستوى الاقتصادي

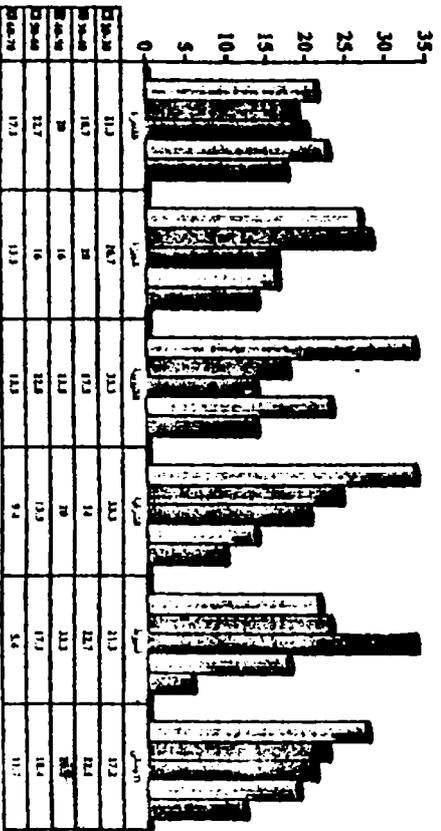


شكل رقم (4) خصائص عينة الدراسة

النوع



السن



خصائص عينة الدراسة

خامساً: نتائج الدراسة

يمكن تقسيم نتائج الدراسة إلى:

- نتائج عامة-نتائج اختبارات الفروض

النتائج العامة للدراسة:

(١) حجم التعرض للتلفزيون

أشار جميع الباحثين إلى أنهم يتعرضون لبرامج التلفزيون المصرى، وإن اختلفوا فيما بينهم فى حجم التعرض، حيث يتعرض للتلفزيون بشكل منخفض (٣١,٥%) وبشكل متوسط (٤٨,٨%) بينما يتعرض للتلفزيون بشكل مكثف (١٩,٧%).

• تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-

• الذكور ($M = 20,14 - SD = 5,44$) أكثر تعرضاً للتلفزيون وبفروق دالة عن الإناث ($M = 18,69 - SD = 5,53$) وكانت قيمة $t = 2,53$ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

• الأكبر سناً ($M = 21,23 - SD = 5,20$) أكثر تعرضاً للتلفزيون من الأصغر سناً ($M = 19,59 - SD = 5,97$) غير أن الفروق ليست ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة $t = 1,58$ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

• الأعلى فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي ($M = 20,39 - SD = 5,41$) أكثر تعرضاً للتلفزيون من الأقل فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي ($M = 19,07 - SD = 4,94$) غير أن الفروق ليست دالة إحصائياً حيث أن قيمة $t = 1,607$ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

• لا توجد فروق ذات دلالة فى حجم المشاهدة بين سكان الريف والحضر حيث أن قيمة $t = 0,646$ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

(٢) معدل قراءة الصحف :

• تشير نتائج الدراسة إلى أن (٢٣,٥ %) من عينة الدراسة لا يقرؤون الصحف

الفصل الثاني نظريات الراس العام

على الإطلاق، أما النسبة المتبقية (٧٦,٥ %) فقد أشار (٢٠,٥ %) منهم إلى أنهم يقرؤونها بصفة منتظمة (يومية)، ويشير (٥٠,٩ %) إلى أنهم يقرؤونها أكثر من أربعة أيام أسبوعياً، ويشير (٢٨,٥ %) إلى أنهم يقرؤونها أقل من أربعة أيام أسبوعياً.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-

- الذكور (M = ١٩,٩٩ - SD = ٤,٢٣) أكثر قراءة للصحف من الإناث (M = ١٦,٠٤ - SD = ٦,٢٩) والفروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = ٧,٢٥ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.
- الأكبر سناً أكثر قراءة للصحف من الأصغر سناً، غير أن الفروق غير دالة حيث أن قيمة ت = ٠,٧٩٧، وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.
- الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M = ٢٠,٧٥ - SD = ٣,٢٧) أكثر قراءة للصحف من الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M = ١٦,٥٨ - SD = ٣,٨١) والفروق دالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = ٤,٣١ وهي دالة عند مستوى معنوية اصغر من ٠,٠٥.
- سكان الحضر أكثر قراءة للصحف من سكان الريف، غير أن الفروق غير دالة إحصائية، حيث إن قيمة ت = ٠,٢٤٤ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٣) اتجاه الباحثين نحو القضايا موضع التطبيق:

يبين الجدول التالي درجة تأييد (أو معارضة) الباحثين لكل قضية من القضايا الثلاثة التي تم التطبيق عليها.

جدول رقم (٣)

اتجاه المبحوثين نحو القضايا موضع التطبيق

اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد						اتجاه الفرد						درجة التأييد أو المعارضة القضية موضع التطبيق
المتوسط	معارض جداً %	معارض %	محايد %	موافق %	موافق جداً %	المتوسط	معارض جداً %	معارض %	محايد %	موافق %	موافق جداً %	
٢,٩١	٢٣,٥	١٧,١	١٨,٤	٢٧,٥	١٣,٦	٢,٦١	٢٥,١	٣٢,٣	١٤,١	١٣,٦	١٤,٩	منح الجنسية لمصرية لأبناء مصريات لمتزوجات بأجانب
٣,٠٩	١٩,٧	١٨,٧	١٥,٥	٢٥,٦	٢٠,٥	٣,٢٩	١٢,٨	١٤,٤	١٦,٨	٤٣,٥	١٢,٥	حياء اتفاقية الدفاع العربي لمشارك
٣,١٢	١٦,٨	١٦,٥	٢١,٦	٢٨,٣	١٦,٨	٢,١٢	٣٠,٧	٤٣,٥	٨,٥	١٣,١	٤,٣	دريس الثقافة الجنسية فى مدارس الجامعات

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

- بالنسبة لقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب: نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر رفضاً وأقل تأييداً لهذا الفكرة مقارنة بالآخرين، حيث اعترض على الفكرة (٥٧,٤ %) ووافق عليها (٢٨,٥ %) فى حين يعتقد (٤٠,٦ %) من الأفراد أن الآخرين يعترضون على هذه الفكرة فى مقابل (٤١,١ %) يعتقدون أن الآخرين يؤيدونها.
- معنى هذا أن الاتجاه العام للأفراد نحو هذه القضية هو الرفض، وأن مستوى رفضهم لهذه الفكرة أشد (من وجهة نظرهم) من مستوى رفض الآخرين لها.
- بالنسبة لقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك: نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر تأييداً وأقل معارضة لهذه الفكرة من الآخرين، وإن كان الاتجاه العام الغالب لدى الأفراد ولدى الآخرين (من وجهة

الفصل الثاني نظريات الراي العام

نظر الأفراد (هو تأييد الفكرة، حيث أن نسبة الأفراد المؤيدين للفكرة هي (٥٦ %) في مقابل (٢٧,٢ %) يعارضونها، أما نسبة الآخرين المؤيدين للفكرة (من وجهة نظر الأفراد) فهي (٤٦,١ %) في مقابل (٣٨,٤ %) يعارضونها.

- بالنسبة لقضية تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات:

نجد أن هناك تبايناً شديداً في اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركه الأفراد من ناحية أخرى، فالأفراد يرون أنفسهم أكثر رفضاً وأقل تأييداً لهذه الفكرة مقارنة بالآخرين الذين هم أكثر تأييداً وأقل رفضاً لها، حيث إن نسبة الأفراد المؤيدين للفكرة هي (١٧,٤ %) ونسبة المعارضين لها هي (٧٤,٢ %)، في حين أن نسبة الآخرين المؤيدين للفكرة (من وجهة نظر الأفراد) هي (٤٥,١ %) ونسبة المعارضين عليها هي (٣٣,٣ %).

معنى هذا أن هناك تبايناً بين اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركه الأفراد من ناحية أخرى، وهو ما ستتضح معالمه في اختبار الفرض الأول.

(٤) مدى اعتقاد الباحثين في موضوعية / تحيز وسائل الإعلام في معالجتها

للقضايا موضع التطبيق

يبين الجدول التالي مدى اعتقاد الباحثين في كون وسائل الإعلام تعكس وجهة النظر التي يعتقدونها أو تعكس وجهة النظر المعارضة أو تعكس وجهتي النظر بحياد وتوازن، وهو ما يُطلق عليه في أدبيات الاتصال " فرضية عدوانية وسائل

الإعلام Hostile Media Effect Hypothesis'

جدول رقم (٤)

اتجاه وسائل الإعلام، كما يدركه الفرد، نحو القضايا موضع التطبيق

عكست وجهتي النظر بتوازن		عكست وجهة النظر المعارضة لوجهة نظر الفرد		عكست وجهة نظر الفرد		القضية موضع التطبيق
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣,٦	١٢٦	٥٣,٦	٢٠١	١٢,٨	٤٨	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجنبي
٢٦,٧	١٠٠	٥١,٢	١٩٢	٢٢,١	٨٣	إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك
٢٧,٧	١٠٤	٦٢,٧	٢٣٥	٩,٦	٣٦	تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات

نظريات الراى العام الفصل الثانى

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

- إن الأفراد (رغم تبين اتجاهاتهم من قضية لأخرى (من القضايا الثلاثة) ورغم تبين توجهات وسائل الإعلام (الفعلية) أيضاً من قضية لأخرى يعتقدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، وفى حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال فى قضية منح الجنسية المصرية وفى قضية تدريس الثقافة الجنسية) اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المؤيدة للموضوع، وفى حالة تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال فى قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك) اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المعارضة للموضوع.

معنى هذا أن الأفراد يعتقدون أن وسائل الإعلام عادةً ما تتخذ موقفاً معاكساً لتوجهاتهم ولذا فهى عدوانية Hostile ومتحيزة Biased وغير حيادية (مائلة) Slant^(٥).

(٥) مدى اعتقاد المبحوثين فى كون أغلبية المجتمع تتفق معهم فى اتجاههم :
ويطلق على هذا الاعتقاد "وهم الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus"،
ويبين الجدول التالى تقديرات الأفراد لمدى انتشار رأيهم واتجاههم بشأن القضايا موضع التطبيق كونها تمثل رأى الأغلبية أو تمثل رأى الأقلية.

جدول رقم (٥)

مدى اعتقاد المبحوثين فى كون أغلبية المجتمع تتفق معهم فى اتجاههم

المعارضون للموضوع		المؤيدون للموضوع		القضية موضع التطبيق
%	ك	%	ك	
٦٥,٣	٢٤٥	٣٤,٧	١٣٠	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب
٣٠,١	١١٣	٦٩,٩	٢٦٢	إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
٨١,٣	٣٠٥	١٨,٧	٧٠	تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

(٥) يعتمد هذا التعليق على الأرقام الظاهرة فى الجدول ، لما الاستدلال القطعي من خلال المعاملات الإحصائية على الظاهرة فىمكن ملاحظاتها فى اختبار الفرض الرابع على ما سيأتى لاحقاً .

الفصل الثانی نظريات الراى العام

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

إن ما يطلق عليه "وهم الاتفاق الزائف" موجود فى معتقدات الجمهور إزاء القضايا الثلاثة، فى قضية منح الجنسية (والتي كان الأفراد معارضين لها) كان المعارضون للموضوع هم الأكثرية (من وجهة نظر الأفراد المبحوثين) فى المجتمع المصري كما يرى (٦٥,٣ %) من المبحوثين، وفى قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات (والتي كان الأفراد معارضين لها أيضاً) كان المعارضون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كما يرى (٨١,٣ %) من المبحوثين. أما فى قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك (والتي كان الأفراد مؤيدين لها) كان المؤيدون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كما يرى (٦٩,٩ %) من المبحوثين.

معنى ذلك أن الأفراد يعتقدون عادةً، أن الآراء التي يعتقدونها هي الآراء الأكثر شيوعاً وانتشاراً فى المجتمع، وأنها تعبر عن رأى الأكثرية (الأغلبية) وهو ما يتفق مع فرضية "وهم الاتفاق الزائف".

(٦) تقدير الأفراد لمدى تأثير الراى العام على أنفسهم:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٢٣,٧% يعتقدون أن للراى العام تأثيراً قوياً عليهم، وأن ٦٧,٥% يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً، فى حين يعتقد ٢٠,٣% أن له تأثيراً ضعيفاً عليهم.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النوع، السن، المستوى الاجتماعى الاقتصادى، محل الإقامة) حيث إن قيم (ت) على التوالي هي (٠,٧٩٢، ١,٩٨، ٠,٦١٢، ٠,٣٧٠) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٧) تقدير الأفراد لمدى تأثير الراى العام على الآخرين:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٣٢,٨% يعتقدون أن للراى العام تأثيراً قوياً على الآخرين، وأن ٤٦,٩% يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً، فى حين يعتقد ٢٠,٣% أن له تأثيراً ضعيفاً على الآخرين.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النوع، السن، المستوى

نظريات الراسي العام الفصل الثاني

الاجتماعي الاقتصادي، محل الإقامة) حيث إن قيم ت على التوالي هي (٠,٨٤٠,١,١٢٣,١,١٥٦,٠,٧٥٠) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٨) المتغيرات النفسية الاجتماعية

أ- تقدير الذات Self-Esteem

تشير النتائج إلى أن ٢٨,٥ % من عينة الدراسة لديهم تقدير ذات منخفض، وأن ٢٨,٥ % لديهم تقدير ذات متوسط، في حين أن ٤٣ % لديهم تقدير ذات مرتفع.

لم تكن للمتغيرات الديمجرافية تأثير ذو دلالة، حيث أن قيم ت على التوالي هي (٠,٢٢٣,١,٦١٠,٠,١٠٤,١,٤١٩) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

ب- الاعتقاد في جدارة الناس بالثقة فيهم Trustworthiness:

تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٢,٥ % من المبحوثين يعتقدون أنه لا يمكن الثقة في الآخرين ولن ٦٠,٥ % يعتقدون أنه يمكن الثقة بالآخرين إلى حد ما بينما يعتقد ٢٦,٩ % أن الآخرين يمكن للثقة بهم لدرجة كبيرة.

- تشير للنتائج التفصيلية إلى أن:

- الذكور أكثر ثقة في الآخرين من الإناث، حيث إن قيمة ت = ٣,٥١٧ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

- الأصغر سناً أكثر ثقة في الآخرين من الأكبر سناً، حيث أن قيمة ت = ٣,٢٩٨ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

- الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي أكثر ثقاً بالآخرين من الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث إن قيمة ت = ٢,٩٨٩ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

- سكان الريف أكثر ثقة في الآخرين من سكان الحضر، غير أن الفروق ليست دالة إحصائياً، حيث أن قيمة ت = ١,٧٧ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

ج- الاعتقاد في مستوى الولاء / الإخلاص لدى الناس Faith in people:

تشير النتائج إلى أن ١٥,٥ % من عينة الدراسة يعتقدون في انخفاض مستوى

الفصل الثاني نظريات الراس العام

الإخلاص لدى الناس، وأن ٥٥,٢% يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للإخلاص لدى الناس، في حين يعتقد ٢٩,٣% أنه يوجد مستوى مرتفع من الإخلاص لدى الناس. لم تكن للمتغيرات الديمجرافية تأثير ذو دلالة، حيث أن قيم ت على التوالي هي (١,٨٨، ٠,٢٦٥، ١,٦٨٥، ٠,٢٥٢) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

د- الاعتقاد في مستوى استقلالية البشر Independence:

تشير النتائج إلى أن ٣٧,٩% من عينة الدراسة يعتقدون في انخفاض مستوى الاستقلالية لدى الناس، وأن ٣٨,٤% يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للاستقلالية لدى الناس، في حين يعتقد ٢٣,٧% أنه يوجد مستوى مرتفع من الاستقلالية لدى الناس.

لم تكن للمتغيرات الديمجرافية (السن-المستوى الاجتماعي الاقتصادي، مكان الإقامة) تأثيرات ذات دلالة، حيث إن قيم ت على التوالي هي (٠,٥٤٠، ١,٧٩٦، ٠,٦٢١) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

الذكور أكثر اعتقاداً في استقلالية البشر من الإناث، حيث أن قيمة ت = ٣,٤٢ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين كما يدركها هذا الفرد.

لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة بين درجة تأييد الأفراد لكل قضية على حدة وبين درجة تأييد الآخرين لكل قضية كما يدركها الأفراد تم إجراء اختبار "ت" T.Test بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample، وكانت نتائج الاختبار على النحو الذي يجمله الجدول التالي:

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار " ت " للمقارنة بين درجة تأييد الفرد
ودرجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد

الموضوع	المجموعات	المتوسط M	الانحراف المعياري SD	درجات الحرية DF	الفروق	الانحراف المعياري	قيمة ت	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب	درجة تأييد الفرد	٢,٦١	١,٢٨	٣٧٤	٠,٣٠	١,٨٧	-	٠,٠٠٢
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٢,٩١	١,٣٩					
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	درجة تأييد الفرد	٣,٢٩	١,٢٣	٣٧٤	٠,٢٠	١,٧٨٨	٢,١٦٦	٠,٠٣
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٣,٠٩	١,٤٣					
تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات	درجة تأييد الفرد	٢,١٦٨	١,١٢٩	٣٧٤	٠,٩٤٩	١,٧٥	١٠,٤٨	٠,٠٠٠
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٣,١٢٠	١,٣٤٠					

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلي:

١. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد) لفكرة منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب أكبر من متوسط درجة تأييد الفرد لهذه الفكرة، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة "ت" تساوي ٣,٠٧٠، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٢) معنى ذلك أن ظاهرة توهم المعرفة "موجودة في هذه القضية.
٢. أن متوسط درجة تأييد الفرد لفكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك (M= ٣,٢٩) أكبر من درجة تأييد الآخرين، كما يدركها الفرد، (M= ٣,٠٩)، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث أن قيمة ت= ٢,١٦٦ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣) معنى ذلك أن ظاهرة توهم المعرفة "موجودة في هذه القضية أيضاً.
٣. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد) لفكرة تدريس الثقافة الجنسية

الفصل الثاني نظريات الراى العام

فى المدارس والجامعات ($M=3,120$) أكبر من درجة تأييد الفرد لها ($M=2,168$)، وأن الفرق بينهما دالة إحصائياً، حيث أن قيمة $t = -0,48$ أو هى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من $0,05$ ($0,0001$) معنى ذلك أن ظاهرة "توهم المعرفة" موجودة فى هذه القضية أيضاً.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل بوجود ظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الراى العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية.

وعلى هذا نقبل الفرض العدمى القائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين كما يدركها هذا الفرد"، هو نرفض الفرض البديل القائل بعدم وجود فروق ذات دلالة.

الفرض الثانى:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحف) ودرجة "توهم المعرفة" لديهم.

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم حساب العلاقة الارتباطية بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد (حاصل طرح درجة تأييد الفرد للفكرة - درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد) وحجم التعرض للتلفزيون والصحف وذلك بطريقتين.

الأولى: اختبار بيرسون Person وذلك من البيانات فى صورتها الرقمية

النسبية Ratio

الثانية: اختبار كاي² وذلك من البيانات فى صورتها الاسمية Nominal ويجمل الجدول التالى نتائج هذين الاختبارين بالنسبة لكل فكرة.

جدول رقم (٧)

العلاقة بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجاتهم المعرفة

توهم المعرفة / الصحافة	توهم المعرفة / التلفزيون	القضية موضع التطبيق
بيرسون = - ٠,٠٢١ (p = ٠,١٧٩) ٢٤ = ٧,١٢٤ (p = ٠,١٢٩)	بيرسون = - ٠,٠٦٦ (p = ٠,٢٠٤) ٢٤ = ٤,١٣١ (p = ٠,٣٨٩)	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب
بيرسون = ٠,٠٠١ (p = ٠,٩٨٦) ٢٤ = ٧,٤٤٤ (p = ٠,١١٤)	بيرسون = ٠,٠١٠ (p = ٠,٨٤٢) ٢٤ = ٣,٨٣٥ (p = ٠,٤٢٩)	إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
بيرسون = ٠,٠١٧ (p = ٠,٧٤١) ٢٤ = ٨,٥٠٨ (p = ٠,٠٧٥)	بيرسون = ٠,٠٨٣ (p = ٠,١٠٩) ٢٤ = ١,٦٠٩ (p = ٠,٨٠٧)	تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

- ويتبين من الجدول السابق انه لا توجد علاقة ارتباطيه بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحافة) ودرجة توهم المعرفة فيما يتعلق بالموضوعات الثلاثة، حيث إن جميع قيم معامل الارتباط بيرسون (N) وجميع قيم معامل حسن التطابق (كا^٢) دالة عند مستوى معنوية (P) أكبر من ٠,٠٥

- وعلى ذلك نرفض الفرض الثانى القائل بوجود علاقة ارتباطيه إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجة توهم المعرفة لديهم.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية (وهم الإجماع الزائف).

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء بعض الاختبارات الاسمية اللامعلمية وذلك بالنسبة للموضوعات الثلاثة، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٨)

العلاقة بين درجاتهم المعرفة والاعتقاد فى وهم الإجماع الزائف

P	معامل فى لكرامرز Cramer's V	معامل فى Phi	معامل التوافق	نكا	الاختبار الإحصائى
					القضية موضع لتطبيق
٠,٤٨١	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	١,٤٦٤	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب
٠,٠٩٣	٠,١١٣	٠,١١٣	٠,١١٢	٤,٧٥٤	إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
٠,٣٤٩	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٢,١٠٨	تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

و من الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ارتباطيه بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية حيث أن قيم كاي وفاي وفى لكرامرز فى الثلاث موضوعات دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، وعلى هذا نرفض الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام (فرضية إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام)

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار حسن المطابقة (نكا) وذلك بالنسبة للموضوعات الثلاثة وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٩)

العلاقة بين درجتوهم المعرفة والاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام

P	معامل فى لكرامرز Cramer'sV	معامل فاي Phi	معامل التوافق	كا	الاختبار الإحصائى القضية موضع التطبيق
٠,٨٧٢	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	١,٢٨٣	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب
٠,٨٥٢	٠,٠٤٣	٠,٠٦٠	٠,٠٦٠	١,٣٥٥	إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
٠,٠٠٥	٠,١٤٠	٠,١٩٩	٠,١٩٥	١٤,٧٧٦	تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام وذلك فيما يتعلق بفكرة منح أبناء المصريات المتزوجات بأجانب الجنسية المصرية، وكذلك فكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك حيث أن قيم كا (١,٢٣٨ ، ١,٣٥٥) هى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، بينما وجدت العلاقة فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات حيث أن قيمة كا = ٢ = ١٤,٧٧٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وعلى هذا نقبل الفرض الفرض الربع فيما يتعلق بالموضوع الثالث، ونرفضه فيما يتعلق بالموضوعين الأول والثانى.

الفرض الخامس:

تختلف درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد باختلاف:-

ا- درجة اعتقاده فى تأثير الراى العام على الذات

ب-درجة اعتقاده فى تأثير الراى العام على الآخرين

ج-درجة تقييم الذات لدى الفرد

د-درجة اعتقاده فى جدارة الناس بالثقة

هـ-درجة اعتقاده فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس

و-درجة اعتقاده فى مستوى الاستقلالية لدى الناس

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار " ت " لمعنوية الفروق بين متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الستة فى درجة " توهم المعرفة " بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثة و أسفر هذا الاختبار (١٨ اختباراً) عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (١٠)

تأثير المتغيرات النفسية الاجتماعية على درجة توهم المعرفة

تدريس الثقافة الجنسية في المدارس و الجامعات				إدواء تنقلية لدفاع الربى المشترك				منع الجنسية المصرية بإبناء المصريات للفتوحات بالهلب				درجة توهم المعرفة		التفسير
مستوى للمدرسة P	قيمة T	الانحراف المعياري SD	المتوسط M	مستوى للمدرسة P	قيمة T	الانحراف المعياري SD	المتوسط M	مستوى للمدرسة P	قيمة T	الانحراف المعياري SD	المتوسط M	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	
٠,٢٤٣	١,١٧	١,٦٠٢	١,١٥٧	٠,٤٣٤	٠,٧٨٥	١,٧٩	٠,٠٨٩٨	٠,٦١٤	٠,٠٥٥	١,٩١	٠,٣٨٤	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة الاعتقاد في تأثير الرأي العام على فئات
		١,٨٥	٠,٧٥٧			١,٤٠	٠,١٨١٨			١,٩٢	٠,١٥١	الأعلى في درجة الاعتقاد		
٠,٨٢٧	٠,٢١٩	١,٨٦	٠,٩٩١	٠,٤٥٤	٠,٧٥٠	١,٧٨	٠,١٣٨	٠,٦٠٠	٠,٥٢٦	١,٩١	٠,٢٩٨	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة الاعتقاد في تأثير الرأي العام على الآخرين
		١,٧٢	٠,٩٣٤			١,٩٨	٠,٣٤٢			١,٩٧	٠,٢٥٠	الأعلى في درجة الاعتقاد		
٠,٣٢٢	٠,٩٩١	١,٨٨	١,٠٦	٠,٣٦٥	٠,٩٠٧	١,٦٤	٠,٠٥٣	٠,٤٦٤	٠,٧٣٤	١,٧٨	٠,١٩٦	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة تقييم الفرد لذاته
		١,٦٧	٠,٨٣٨			١,٨٧	٠,٢١١			١,٩١	٠,٣٦٦	الأعلى في درجة الاعتقاد		
٠,٠٠١	٢,٥١	١,٩٢	٠,٢١٢	٠,٩٤٨	٠,٠٦٥	١,٤٩	٠,١٢٧	٠,٤٠١	٠,٨٤١	١,٧٤	٠,٢١٣	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة الاعتقاد في جدارة الناس الآخرين بالثقة فيهم
		١,٧١	١,٠٢			١,٩٤	٠,١٤٨			١,٧٤	٠,٢٣٧	الأعلى في درجة الاعتقاد		
٠,١٤٧	١,٤٥	١,٦١	١,٣٨	٠,٦٦١	٠,٤٤٠	١,٧٣	٠,٤٨٢	٠,٠٠١	٢,٤١١-	١,٩١	٠,٥١٧	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة الاعتقاد في مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس بصفة عامة
		١,٦٠	١			١,٨٣	٠,٣٥٤			١,٦٨	٠,١٧٢	الأعلى في درجة الاعتقاد		
٠,٠٨٧	١,٧٢	١,٧٠	١,٠٤	٠,٣٣٥	٠,٩٦	١,٩٣	٠,٢٤٦	٠,٠٥٨	١,٩٠٥-	١,٨٩	٠,٤٥١	الأقل في درجة الاعتقاد	الأعلى في درجة الاعتقاد	درجة الاعتقاد في مستوى استقلالية الناس بصفة عامة
		١,٧٧	٠,٦٤٠			١,٥٥	٠,٠١١			١,٧٥	٠,٢٢٥	الأعلى في درجة الاعتقاد		

الفصل الثانى نظريات الراى العام

ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه من بين ثمانية عشر اختباراً تم إجراؤها لم يثبت وجود فروق فى درجة توهم المعرفة إلا فى اختبارين فقط وهما:

• اختبار وجود فروق بين الأقل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى مستوى الإخلاص /الولاء لدى الناس بصفة عامة فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب، حيث بلغت قيمة ت ٢,٤١١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأقل اعتقاداً فى مستوى الإخلاص لدى الناس هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية، أى توجد فروق بينه وبين درجة تأييدهم للفكرة واعتقاداتهم عن درجة تأييد الآخرين لها.

• اختبار وجود فروق بين الأقل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى جدارة الناس بالثقة فيهم، وذلك فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات، حيث بلغت قيمته ٢,٥٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأكثر اعتقاداً فى جدارة الناس بالثقة هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية.

• وباستثناء هذين الاختبارين لم تشر نتائج بقية الاختبارات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة بشأن الموضوعات الثلاثة ترجع إلى المتغيرات النفسية /الاجتماعية الستة التى تم اختبارها.

وعلى ذلك نرفض، جزئياً، الفرض الخامس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة ترجع إلى الخصائص النفسية الاجتماعية للفرد.

الفرض السادس

تختلف درجة توهم المعرفة باختلاف الخصائص الديمجرافية للفرد:

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبارات لمعنوية الفروق بين متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الديمجرافية ما عدا (النوع، ذكور/إناث) فى درجة توهم المعرفة بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثة.

وأسفر هذا الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:

جدول رقم (١١)

تأثير المتغيرات البيوجغرافية على درجة تزهيم المعرفة

المتغير	درجة تزهيم المعرفة	منع الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجنبي				إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك				تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات			
		مستوى P	الانحراف المعياري SD	قيمة T	مستوى P	مستوى P	الانحراف المعياري SD	قيمة T	مستوى P	مستوى P	الانحراف المعياري SD	قيمة T	مستوى P
النوع	للتكرار	٠,٢٩٥٨	١,٨٥	٠,٠٠٠٣	٠,٩٩٨	٠,١٠٣٣	١,٨٥	١,٢٠٢	٠,٢٣٠	٠,٩٣٩	١,٧٩	٠,٨٩٦	
		٠,٢٩٦٣	١,٨٨			٠,٣٢٧٢	١,٧	١,٢٠٢	٠,٩٦٣	١,٧٠			
السن	الأصغر سناً	٠,٠٥٨٨	١,٨٥	١,٢٨٩	٠,٢٠٠	٠,٠٣٩٢	١,٧٣	١,١٣٥	٠,٢٥٨	٠,٤٥١	١,٦٥١	٠,٠٠٤	
	الأكبر سناً	٠,٤٤٩٣	٢,٠٠٨			٠,٣٢٢٣	١,٩٦	١,١٣٥	٠,٢٥٨	٠,٤٥١	١,٧٦٦	٠,٠٠٤	
محل الإقامة	ريف	٠,٠٣٣١	١,٨١٦	٢,٢٥٠	٠,٠٠٢	٠,٣٣١٨	١,٧٣٧	٠,٢٨٢	٠,٧٧٨	١-	١,٨٢٥	٠,٦٤٧	
	حضر	٠,٤٧٣٢	١,٨٨٤			٠,١٧٨٦	١,٨٢٥	٠,٢٨٢	٠,٧٧٨	١-	١,٧٠٦	٠,٦٤٧	

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:-

- أنه لم تكن هناك فروق بين الذكور والإناث فى مستوى "توهم المعرفة" بالنسبة للقضايا الثلاثة، حيث إن قيم ت كانت على التوالى (٠,١٣١،١,٢٠٢،٠٠,٠٠٣) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥. أى أن متغير "توهم المبحوث" لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد.
- أن متغير السن لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى أفراد فيما يتعلق بقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، وقضية إحياء إتفاقيه الدفاع العربى المشترك، حيث إن قيم ت كانت على التوالى (١,١٣٥) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، فى حين كان لمتغير السن تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية بالمدارس والجامعات، حيث كانت درجة توهم المعرفة لدى كبار السن أكبر من مثلتها لدى صغار السن، فكبار السن يعارضون للفكرة ويعتقدون أن الآخرين يؤيدونها، و صغار السن يؤيدون الفكرة ويعتقدون أن الآخرين يتفقون معهم فى اتجاههم.
- أن متغير محل الإقامة (ريف- حضر) لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الأفراد فيما يتعلق بفكرة إحياء إتفاقيه الدفاع العربى المشترك، و فكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات، حيث إن قيم ت على التوالى (٠,٤٥٩،٠٠,٢٨٢) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، فى حين كان لمتغير محل الإقامة تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، حيث كانت درجة "توهم المعرفة" لدى سكان الحضر أكبر من مثلتها لدى سكان الريفو بفروق دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

خلاصة الدراسة وخاتمتها :

تبلورت مشكلة الدراسة وتحددت أهدافها فى رصد ظاهرة " توهم المعرفة " لدى الجمهور المصرى إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة " توهم المعرفة " لدى الفرد. و قد اختار الباحث، كـمجال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام وكانت مثار نقاش وجدل واسعين، وهى: -

- قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب
- قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
- قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية حجمها ٣٧٥ مفردة تم سحبها من خمس محافظات هى: محافظات القاهرة الكبرى والشرقية وأسيوط.

وقد اختبرت الدراسة ستة فروض أساسية وعدة فروض فرعية، وتم التحقق من صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقق من صحة بعضها الأخر، ويمكن الإشارة إلى أهم نتائج الدراسة على النحو التالى:-

(١) النتائج الخاصة برصد ظاهرة " توهم المعرفة " فى المجتمع المصرى:

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " فى استطلاعات الراى العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية التى يتم التطبيق عليها، ففى القضايا الثلاثة التى تم التطبيق عليها أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة بين اتجاه الفرد ورؤيته لهذه القضايا من ناحية وبين إدراكه لاتجاهات الآخرين ورؤيتهم لها من ناحية أخرى.

ووفقاً لأدبيات " توهم المعرفة " فإنه ليس مهماً أن تكون الفروق لصالح اتجاه الفرد أو أن تكون لصالح اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد ولكن ما يثبت وجود الظاهرة هو أن تكون هناك فروق وحسب، وهو ما تحقق فى هذه الظاهرة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات التى سبق عرضها

الفصل الثاى نظريات الراى العام

(ص ص: ٨٤-٩٠)، وهو ما يشير إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" هى ظاهرة إنسانية توجد فى كثير من المجتمعات بغض النظر عن السياقات الثقافية والأيدولوجية.

(٢) النتائج الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بظاهرة "توهم المعرفة":

تشير كثير من الدراسات السابقة إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملا على تعميق وجود الظاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة، وقد تكون عاملا على كسر حدة ظهورها وتلاشيها عندما تقوم بدورها التتويري، وقد تصبح عاملا لتثبيت الظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

و تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتلفزيون أو معدل قراءة الصحف ودرجة "توهم المعرفة" لدى الفرد، غير أن انتفاء العلاقة لا يعنى غياب دور وسائل الإعلام كاملا أو عدم وجوده نهائيا، وإنما تعنى أن دور هذه الوسائل يمكن أن يكون فى منطقة تثبيت الظاهرة "وهى الحالة الثالثة التى تحدث عندما تختلط فى الرسائل الإعلامية عن أي قضية- المعلومات الدقيقة بالمعلومات المشوهة.

(٣) النتائج الخاصة بوهم الإجماع الزائف:

تشير فرضية وهم الإجماع الزائف إلى ميل الأفراد إلى المبالغة فى تقدير الدعم والمؤازرة لسلوكهم ولقيمهم ولاتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذى يتخذه يحظى بتأييد أكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن هذا " الوهم " موجود لدى الأفراد فى مصر فيما يتعلق بالقضايا الثلاثة، غير أن نتائج الدراسة تشير أيضا إلى أنه لا توجد علاقة بين درجة توهم المعرفة بشأن القضايا الثلاثة مجال التطبيق ودرجة اعتقاد الأفراد فى كون رأيهم يمثل رأى الأغلبية.

(٤) النتائج الخاصة بالاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

تشير فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم،

نظريات الراى العام الفصل الثانى

فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كانت درجة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهة نظرهم، وهم يعتقدون أن هذه للتغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن المبحوثين رغم تباين اتجاهاتهم من قضية لأخرى ورغم تباين توجهات وسائل الإعلام الفعلية أيضاً من قضية لأخرى يعتقدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، وفى حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم القضية اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المؤيدة للموضوع، وفى حالة تأييدهم للقضية اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المعارضة للموضوع.

(٥) النتائج الخاصة بعلاقة خصائص المبحوثين النفسية والديموجرافية بدرجة " توهم المعرفة ":

تشير نتائج الدراسة إلى أن الخصائص النفسية والديموجرافية للمبحوثين لا تؤثر، بشكل بارز، على درجة توهم المعرفة، وهو ما يتفق مع ما سبق ذكره من احتمالية أن تكون ظاهرة " توهم المعرفة " ظاهرة إنسانية توجد بغض النظر عن السياق المحيط بها.

(٦) متغيرات أخرى بحاجة إلى الإختبار فى دراسات لاحقة:

توجد بعض المتغيرات الأخرى التى يعتقد الباحث فى أهمية تناولها وإختبار تأثيرها فى دراسات لاحقة، ومنها:

• مستوى انغماس الفرد فى القضية *Personal Involvement*، حيث يتوقع الباحث أن تقل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر انغماساً فى القضية والأكثر إرتباطاً بها، حيث إن إرتباط مصالح الفرد بقضية أو موضوع ما قد يدفعه إلى تحرى الدقة فى تفاصيلها وإلى محاولة تكوين توقعات وتنبؤات صادقة أكثر من إطلاق " تخمينات عشوائية.

• مستوى المعرفة العامة والمتعمقة لدى الفرد، حيث يتوقع الباحث، أيضاً، أن تقل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر معرفة بالقضية وأبعادها مقارنة بالأقل معرفة بها.

الفصل الثانى نظريات الراى العام

- درجة الموضوعية فى معالجة وسائل الإعلام للقضية، فالتغطية الموضوعية البعيدة عن التحيزات الشخصية والمصالح الذاتية للوسائل وللقائمين عليها قد تمد الفرد الذى يتعرض لها بصورة حقيقية عن توزيع الراى العام تجاه القضية وعن الاتجاه الغالب فى المجتمع.

- (1) Lippmann, Walter (1922), **Public Opinion**, New York, Free Press P.4,15-16.
- (2) Allport, Floyd (1924), **Social Psychology**, Boston, Houghton Mifflin.p.396
- (3) Katz, Daniel & Allport, Floyd (1931), **Student Attitudes : A Report of The Syracuse University Research Study**, Syracuse, N.Y. Craftsman .press.
- (4) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases . Public Opinion Quarterly**, Vol.61, No, p.227.
- (5) Fukui, Yoshitaka (2001), **The Great Illusion : Pluralistic Ignorance, Informational Cascades and The Persistence of Unpopular Norms With Application To Accounting Standards**, **Unpublished Study** Obtained Through Personal contact with the Author (fukui@econ.tohoku.ac.jp) p.7
- (6) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), **Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation. Public Opinion Quarterly**, Vol.25, No.3, p.227.
- (7) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwitting Actors**, In Mark P.Zanna (ED) **Advanced in Experimental Social Psychology**, Vol.28, New York, Academic Press, P.161.
- (8) Major, Ann Marie (1997) **Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction**, **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.9, No.2, p.171.
- (9) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), **Public Beliefs About Beliefs Of The Public**, **Public Opinion Quarterly**, Vol.40, p.427-448.

- (10) O' Gorman, Hubert (1986), The Discovery Of Pluralistic Ignorance, **Journal of The History Behavioral Sciences**, Vol.22, PP:333-337.
- (11) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), Pluralistic Ignorance : When Similarity is Interpreted as Dissimilarity, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.53, No.2, PP:298-305.
- (12) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) **Social Comparison : Contemporary Theory and Research**, Hillsdate, NJ : Erlbaum, PP: 287-313 .
- (13) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), Collective Errors and Errors about the Collective, **Personality and Social Psychology Bulletin**, Vol.20,No.5,PP:541-550.
- (14) Smith, Colleen (1995), Pluralistic Ignorance : An Integrated Of Perceptions Of Difference Bystander Apathy m Juvenile Delinquency, Burnout . Unpublished PHD Dissertation, Syracuse University, **Dissertation Abstracts International**, Vol.56, 09B, P.5227.
- (15) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Op.cit**, PP: 161-163 .
- (16) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, P.7.
- (17) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, P. 228 .
- (18) Major, Ann-Marir (1997), **Op.cit**, 171.
- (19) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, **The International Journal of Public Opinion Research**, Vol.5, PP:22-39
- (20) Korte, Charles (1972), Pluralistic Ignorance About Student Radcalism, **Sociometry**, Vol.35, PP:576-587
- (21) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, PP:227-228 .
- (22) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, PP:9-10 .

- (23) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), **Op.cit**, P. 383 .
- (24) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991) “ The Theory of Public Opinion : The Concept of The Spiral of Silence “ In : Games A.Anderson (ED) **Communication Year Book**, No.14 (PP: 256-287), New bury park-sage publication .
- (25) Golding, Peter (1981) “ The Missing Dimension : News Media and The Management of Social Change “ In : Elihu Katatz & Tamas Szesko (EDS), **Mass Media and Social Change**, (PP: 63-81), Beverly Hills, CA: Sage Publications .
- (26) Hall, Stuart (1982) “ The Rediscovery of Ideolgy, Return of the Repressed in Media Studies “ In : Michael Gurevitch et al (EDS), **Culture, Society, and the Media**, (PP:56-90), London : Methuen .
- (27) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, P.231 .
- (28) Katz, Elihu (1995), “ Introduction : The State of the Art “ In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), **Public Opinion and the Communication of Consent** . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .
- (29) Davison, Philips (1983), The Third – Person Effect in Communication, **Public Opinion Quarterly**, Vol.47, PP:1-15.
- (30) Perloff, Richard (1993), Third – Person Effect Research (1983-1992) : A Review and Synthesis . **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No.2, P.167.
- (31) **Ibid**, P.168.
- (32) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third – Person Perception In Support Of Press Restinictions In The O.J. Simpson Trial . **Journal Of Communication**, Vol.47, No.2, P.61 .
- (33) Davison, Philips (1983), **Op.cit**, p.3 .

- (34) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election. **European Journal of Social Psychology**, Vol.25, PP: 195-215 .
- (35) Mullen, Brain et al (1985), The False Consensus Effect : A Meta Analysis of 115 Hypothesis Tests, **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.
- (36) Ross, Lee et al (1977), " The False Consensus Effect : An Ego Centric Bias In Social Perception and Attribution Processes ", **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.
- (37) Eveland, William et al (1995) "Actual and Perceived U.S Public Opinion: The Sprial of Silence During The Persian Gulf-War. **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.7, No. 2, PP : 92-93 .
- (38) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequeneces, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4, PP : 688-701.
- (39) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", **Journal Of Personality and Social Psychology**, Vol.49, No.3, PP: 577-585.
- (40) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), **Media Polls in American Politics**, PP: 125-149, Washington, Dc., The Brookings Institution .
- (41) Ceci, S. & Cain, E. (1982) Jumping on The Bandwagon With The Underdog : The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior, **Public Opinion Quarterly**, Vol. 46, pp.228-242
- (42) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, **Communication Research**, Vol.25, No.5, PP: 486-504.
- (43) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), **The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin**, The University of Chicago Press, P.202.

- (44) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991), **Op.cit**, p.81.
- (45) Gunther, Albert (1998), **Op.cit**, PP: 488-489.
- (46) Eveland, William et al (1999) "Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Perception, **Communication Research**, Vol.26, No.3, PP: 280-281.
- (47) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Op.cit**, PP: 200-201.
- (48) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), **Op.cit**, p.427-448.
- (49) Breed, Warren & Ktsanes Thomas (1961), **Op.cit**, PP: 382-392.
- (50) Isenberg. Danial (1980) " Levels Of Analysis Of Pluralistic Ignorance Phenomena : The Case Of Receptiveness To Interpersonal Feedback, **Journal of Applied Social Psychology**, Vol.10, No.6, PP:457-467.
- (51) Glynn-Carrol, Jane (1983) " Perceptions of Other's Opinions as Public Opinion and Its Realtionship To Communications in the Neighborhood : A Systems Level Perspective . Unpublished PHD Dissertation, The University of Wisconsin, Madison, **Dissertation Abstracts International**, Vol 44-09A, P.2886 .
- (52) Willits, Wendy (1986) "Pluralistic Ignorance in The Perception of Parent – Youth Conflict, **Youth & Society**, Vol.18, No.2, PP:150-161, (**Abstract From Eric Database**).
- (53) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), **Op.cit**, PP:298-305.
- (54) Major, Ann-Marie & Atwood, Erwin (1988), Pluralistic Ignorance and Communication about a Critical Political Issue, **Paper Presented at The Annaul Meeting of the International Communication Association** (New Orleans, LA, May 29 June 2–1988), (**Abstract From Eric Database**).
- (55) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), **Op. Cit**, PP:541-550.
- (56) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus: Some Consequences of misperceiving the Social Norm, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 64, No.2, PP:243-256.

- (57) Major, Ann-Marie (1997) *Op.cit*, PP: 170-190.
- (58) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), *Op.cit*, PP 227-260 .
- (59) Ugarta, Inigo et al (1998) "Pluralistic Ignorance Attribution of Causality and Cognitive Bias in Anti-Gypsy Racism : A Survey Research, *Revista-de Psicologia – Social*, Vol.13, No.2, PP:321-330, (Abstract From Eric Database).
- (60) Hyes, Andrew et al (2001) "Willings To Express One's Opinion in a Realistic As A Function Of Perceived Support For That Opinion", *International Journal Of Public Opinion Research*, Vol.13, No. 1, PP 45-58 .
- (61) Perloff, Linda & Birckman, Philip (1982), " False Consensus and False Uniqueness : Bias in Perceptions of Similarity, *Academic-Psychology Bulletin*, Vol.4, No.3, PP:475-494.
- (62) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, *Public Opinion Quarterly*, Vol.46, No.3, PP:311-335.
- (63) Lashin, Yassin (1984) "Testing The Spiral of Silence Hypothesis: Toward An Integrated Theory of Public Opinion", Unpublished PHD, University of Illinois at Urbana-Champaign, *Dissertation Abstracts International*, Vol.45-11A, P:3234.
- (64) Mullen, Brian et al (1985), *Op.cit*, PP:266-283.
- (65) Glynn, Carrol & Ostman, Ronald (1988), " Public Opinion about Public Opinion ", *Journalism Quarterly*, Vol.65, No.2, PP: 299-306 .
- (66) Quilty, Robert (1990) "The Alcoholic Padox : Helplessness and Efficacy (Pluralistic Ignorance Learned Resourcefulness), Unpublished PHD Dissertation, Columbia University, *Dissertation Abstracts International*, Vol 52-02B, P.1077.
- (67) Baldwin, Tamara (1991)" Response To An Earthquake Prediction in Southeast Missouri : A Study in Pluralistic Ignorance. Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, *Dissertation Abstracts International*, Vol 53-09A, P.3025.

- (68) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No. 1, PP : 22-39 .
- (69) Park, Young-Soon (1985) "Pluralistic Ignorance and third person Effect of The Mass Media in the process of public opinion Formation (Spiral of Silence), Unpublished PHD Dissertation, Ohio University, **Dissertation Abstracts International**, Vol 46-03A, P.547.
- (70) Eveland, William et al (1995), **Op.cit**, PP : 91-109 .
- (71) Kim, In-Sook (1996) " The Impact Of Communication Behaviors and The Third-Person Effect on Pluralistic Ignorance about Environmental Information Campaigns "Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, **Dissertation Abstracts International**, Vol 53-06A, P.1970.
- (72) Gunther, Albert (1998), **Op.cit**, PP: 486-504.
- (73) Gunther, Albert & Chia, Yun-Stella (2001), **Op.cit**, PP: 688-701.
- (74) Robinson, John & Shaver, Phillip (1973) **Measures of Social Psychological Attitudes**, Michigan, The University of Michigan, pp. 84-87
- (75) **Ibid.**, pp. 606-611.
- (76) **Ibid.**
- (77) **Ibid.**,pp.612-615
- (78) Glynn, Carrol& Ostman, Ronald (1988) **Op.cit.**, pp.299-306

الجزء الثاني

نظريات تشكيل اتجاهات الراى العام

الفصل الثالث

نظرية التهيئة المعرفة

"دور المادة الإخبارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة"

المقدمة :-

تعد المواد الإخبارية من المكونات الأساسية فى القنوات التلفزيونية، وقد تزايد اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية التلفزيونية حيث أصبحت تمثل لهم مصدراً أساسياً يعتمدون عليه فى الحصول على معلوماتهم عن الأحداث الجارية، ويرجع ذلك إلى المصادقية التى تتمتع بها تلك المواد الإخبارية والناבעة من خصائص الوسيلة (الصورة - الصوت - الحركة - الألوان - الحالية).

وقد أدت تلك الأهمية التى تحظى بها التغطية الإخبارية فى التلفزيون إلى تزايد الدراسات التى حاولت التعرف على تأثير هذه التغطية على أفراد الجمهور، وقد تنوعت المجالات البحثية لهذه الدراسات، فبعضها ركز على التأثيرات المعرفية معتمداً على نظريات مثل: وضع الأولويات وفجوة المعرفة واكتساب المعرفة وتمثيل المعلومات، وبعضها ركز على تحليل مضمون التغطية الإخبارية للوقوف على أهم خصائصها، وركز بعضها على المقارنة بين خصائص المضمون الإخبارى فى التلفزيون وفى غيره من الوسائل، وركزت بعض الدراسات على التأثيرات الوجدانية للمواد الإخبارية متمثلة فى تأثيرها على اتجاهات الراى العام وتقييمه لموضوعات شتى، وخاصة الموضوعات السياسية كتقييم أداء الحكومة والشخصيات السياسية العامة، ولكن هذا المجال الأخير يقل وجوده فى الدراسات العربية.

وتهتم حكومات الدول الديمقراطية بالتعرف على اتجاهات الراى العام نحوها، ونحو أدائها، لما لهذه الاتجاهات من أهمية، حيث يعتمد عليها المسؤولون فى تصريف شئون الدولة، إذ يفترض أن القرارات المهمة فى الدول تبنى على اتجاهات الراى العام فيها، وذلك لضمان رضا وقبول الجماهير لسياسات الحكومة وأدائها، وهذا الرضا وذلك القبول بدورهما يعدان مؤشراً على مدى شرعية الحكومة، فالشرعية فى أبسط معانيها تتضمن قبول المحكومين للحكومة القائمة ورضائهم عن أدائها والاعتقاد فى كونها أفضل ما يمكن للمجتمع.

نظريات الرأى العام الفصل الثالث

وعلى الرغم من تعدد العوامل المؤثرة على الرأى العام مثل: التنشئة والدين والتعليم والثقافة والمصالح الشخصية ودعاية الجماعات الضاغطة والأحداث المهمة فإن معظم الحكومات تعتمد فى التأثير على الرأى العام على وسائل الإعلام بشكل أساسى حيث تقوم بالتركيز على قضايا معينة مما يؤدي إلى زيادة اهتمام الرأى العام بهذه القضايا وأخذها فى الاعتبار عند تقييم أداء الحكومة، وهذا هو جوهر نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming التى تتخذها الدراسة منطلقاً نظرياً حيث إن الفرضية الرئيسية للنظرية تؤثر الأخبار التليفزيونية على المعايير التى يتم من خلالها تقييم للحكومات والرؤساء والسياسيات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال البعض الآخر تتفق مع الهدف من الدراسة وتصلح للإجابة عن مشكلاتها، كما أنها تتيح إجراء التطبيق على أكثر من مرحلة للمقارنة بين فترات التغطية المكثفة والتغطية غير المكثفة.

مشكلة الدراسة :-

- فى ضوء ما ذهب إليه كثير من الدراسات، فى علم السياسة، من أن الشرعية تعتبر محددًا أساسيًا لاستقرار الحكومة ولمدى تقبل الجمهور لها.
- وفى ضوء ما ذهب إليه الدراسات أيضاً من كون الرأى العام واتجاهاته مقياساً لهذه الشرعية وعاملاً من عوامل ثباتها واستقرارها.
- وفى ضوء كون وسائل الإعلام - وبالتحديد التليفزيون - أحد أهم العوامل المؤثرة فى الرأى العام واتجاهاته.
- وفى ضوء اعتبار الشباب - لاسيما الشباب الجامعى - أحد القطاعات المهمة فى المجتمع نظراً لدوره المستقبلى من ناحية ونسبته فى المجتمع من ناحية أخرى.
- فى ضوء ذلك كله تكمن مشكلة الدراسة فى قياس تأثير تعرض طلاب الجامعة للمواد الإخبارية - فى فترات تركيز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة - على اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة وذلك بالمقارنة مع اتجاهاتهم فى فترات لا تركيز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة، وذلك وصولاً إلى تحديد دور للمواد الإخبارية فى تكوين اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة ومن ثم فى

تدعيم أو زعزعة شرعيتها.

اهداف الدراسة :-

١. اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية **Cognitive Priming** فى المجتمع الطلابى المصرى للتعرف على مدى توافق هذه النظرية مع خصوصية المجتمع المصرى، المتمثلة فى اختلاف النظم الإعلامية والسياسية والثقافية والتي تختلف بالضرورة عن المجتمع الغربى الذى أجريت فيه دراسات التهيئة المعرفية.
٢. التعرف على أثر تركيز التلفزيون على قضية معينة - تقوم فيها الحكومة بدور رئيسى - فى تكوين اتجاهات إيجابية نحو أداء الحكومة.
٣. المقارنة بين اتجاهات طلاب الجامعة فى فترتين زمنيتين يكون هناك تركيز فى إحداهما على قضية إيجابية، وفى الفترة الثانية لا يكون هناك تركيز إعلامى على قضية إيجابية.
٤. التعرف على دور التلفزيون فى إقرار الشرعية السياسية **Political Legitimacy** وإذا ما كان يساعد على خلق ودعم الاعتقاد بأن المؤسسات السياسية الموجودة هى أكثر المؤسسات ملاءمة للمجتمع أم لا.
٥. التعرف على دور التلفزيون فى التنمية السياسية لأن تكوين اتجاهات إيجابية نحو الحكومة يعتبر من متطلبات المشاركة السياسية التى تعد بدورها أحد أبعاد التنمية السياسية، فالفرد الذى تكون لديه اتجاهات سلبية نحو النظام السياسى عادة ما يحجم عن المشاركة السياسية.

تقسيم الدراسة :-

- يمكن عرض مخرجات الدراسة من خلال المبحثين التاليين:-
- المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة (نظرية التهيئة المعرفية).
- المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة.

المبحث الخامس
الإطار النظري للدراسة
(نظرية التهيئة المعرفية)

قدم كل من شانتيو اينجار ودونالد كايندر Shanto Iyengar & Donald Kinder مفهوم التهيئة Priming إلى مجال الإعلام السياسي عام ١٩٨٧ كإمتداد وتطور لأدبيات وضع الأولويات Agenda - Setting، ومنذ ذلك الحين أجريت كثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على التهيئة أي قدرتها على إحداث تغيير في آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييماتهم للأشياء، ولكن لأنهم غيروا الأهمية النسبية التي يولونها للاعتبارات العديدة التي تشكل التقييم النهائي^(١).

وبينما يركز نموذج وضع الأولويات على التأثيرات المعرفية، يتجاوز نموذج التهيئة المعرفية ذلك إلى التأثيرات الوجدانية حيث يقول بتأثير الوسائل الإعلامية على اتجاهات الجمهور، ويذهب بعض الباحثين إلى أن وضع الأولويات يعد وسيطاً معرفياً في عملية التهيئة المعرفية، فبما أن تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة يؤدي إلى وضعها في أولويات الجمهور Agenda Setting، فإنه يترتب على ذلك أن يولي أفراد الجمهور هذه القضية أهمية أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة^(٢).^(٥)

وترجع فكرة التهيئة إلى الدليل القاطع في مجال علم النفس على أن الناس حين يصدرن قراراتهم وأحكامهم نادراً ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم فهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهني ويميلون إلى الاختزال Satisficing وليس إلى الشمول Optimizing... وعملية الاختزال هذه لا تنطبق فقط على التقييمات السياسية ولكنها تمتد إلى عمليات التقييم في مختلف المجالات، وبالنسبة لتقييم أداء الحكومة فإنه - وفقاً لنظرية التهيئة - يقوم الأفراد باتباع أسلوب الاختزال حيث يعتمدون على مجموعة صغيرة من الموضوعات السياسية قريبة التناول^(٣). وتتطلب عملية التهيئة أن يكون هناك ارتباط وثيق بين موضوع التقييم وهو الهدف المقصود من عملية التهيئة (تقييم أداء الحكومة) والقصاص الإخبارية التي تمثل المثير نفسه^(٤).

فإذا قامت وسائل الإعلام بتغطية القضايا والموضوعات المهمة - فعلياً - بالنسبة للدولة، فإنها بذلك تكون قد أسهمت في إرساء العملية الديمقراطية في المجتمع

(٥) حصلت الباحثة على هذه الدراسة من خلال مراسلتها للباحثين عبر الإنترنت.

نظريات الراى العام الفصل الثالث

حيث تمد المواطنين بالمعلومات الضرورية لإصدار أحكام سياسية سليمة^(٥).

الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية: Cognitive Priming

الفرض النظرى:-

تؤثر الأخبار التليفزيونية على المعايير التى يتم من خلالها تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال البعض الآخر^(٦).

الفرض الإمبرىقى:-

كلما زاد تركيز الأخبار التليفزيونية على قضية معينة - أى كلما زادت التهيئة المعرفية لقضية معينة - فإن المشاهدين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية فى تقييمهم العام للحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين^(٧).

وهذا يعنى أن التغيير فى معايير التقييم لدى الجمهور يرجع إلى اختلاف محور تركيز وسائل الإعلام من فترة لأخرى، وبالتالي فالمشكلة أو القضية التى تركز عليها وسائل الإعلام فى فترة معينة تكون أكثر حضوراً فى أذهان الجمهور عند عمل تقييم معين، فعلى سبيل المثال، عندما تركز نشرات الأخبار على دور مصر فى عملية السلام، فالجمهور سيقوم الحكومة من خلال أذائها فى مجال السياسة الخارجية، وإذا ركزت الأخبار على إنشاء المشروعات الجديدة فإن الجمهور سيقوم الحكومة من خلال إنجازاتها فى هذا المجال.

ووفقاً لهذه النظرية فإن التغطية الإخبارية لقضية ما لا تزيد فقط من تأثير هذه القضية، ولكنها تزيد أيضاً من تأثير القضايا المرتبطة بها، كما أنها تقلل أحياناً من تأثير القضايا غير المرتبطة بها^(٨).

فعلى سبيل المثال، عندما تركز الأخبار على المشروعات التنموية الجديدة فإن ذلك يزيد من تأثيرها على تقييم الجمهور لأداء الحكومة كما يزيد من تأثير موضوعات مرتبطة بها مثل: تشغيل الشباب وحل أزمة الإسكان وزيادة معدلات الدخل القومى، ولكنه يقلل فى الوقت نفسه من أهمية موضوعات مثل: الرعاية

الفصل الثالث نظريات الراى العام

الصحية، ومستوى التعليم، ومعدلات الانحراف فى المجتمع.

وهناك افتراض متضمن فى نظرية التهيئة وهو أن معايير تقييم أداء الحكومة تظل ثابتة نسبياً أى أن التغيرات التى تحدث فى تقييم أداء الحكومة ترجع أساساً إلى التغير فى الأهمية النسبية التى يوليها المواطنون للاعتبارات المختلفة التى يبنى على أساسها التقييم وليس إلى التغيرات الحقيقية فى هذه الاعتبارات.. أى أن نظرية التهيئة تقترض أن التأثير الأساسى لوسائل الإعلام هو التغيير فى درجة بروز هذه الاعتبارات والمعايير^(٩).

ومن هنا فإن نظرية التهيئة المعرفية تحاول تقديم تفسير شامل ومقبول من وجهة النظر النفسية لكيفية تكوين المواطنين لتقييماتهم لأداء الحكومة وكيفية تعديلهم لتلك التقييمات.. كما تحاول النظرية دراسة عمليات التغير التى تحدث فى التأيد الشعبى على مستوى المواطن الفرد^(١٠).

جذور النظرية فى علم النفس المعرفى :-

تستمد نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming جذورها من علم النفس المعرفى^(١١)، حيث توجد مجموعتان من نظريات الذاكرة الدلالية تفسران عملية التهيئة المعرفية، وهما: نظريات الاستثارة المنتشرة Spreading Activation Theories ونظريات الإشارة المركبة... Compound - Cue Theories... وحديثاً ظهرت نظرية أخرى يعزى إليها عملية التهيئة المعرفية وترتكز على الشبكات التوصيلية الموزعة Distributed Connectionist Networks^(١٢).

تطبيق نموذج الإستثارة المنتشرة فى مجال الإعلام :-

بتطبيق هذه الفكرة على المجال الإعلامى نجد أن الأفراد حينما يشاهدون أو يقرأون أو يسمعون عن حدث معين فى وسائل الإعلام فإن هذا الحدث، وهذه الأفكار بدورها يمكن أن تستثير أفكاراً أخرى مرتبطة دلاليًا بها، كما تثير الدوافع الأفراد للقيام بأفعال معينة^(١٣). فمثلاً عندما يتعرض الفرد لحملة دعائية انتخابية لمرشح معين فإنه يربط بين مزايا هذا المرشح والامتيازات التى يمكن أن يتمتع بها هو إذا فاز ذلك المرشح، وبالتالي فهو يكون تقيماً لهذا المرشح وبناءً عليه ينوى التصويت سواء له

أو ضده.

إن رد فعل أفراد الجمهور على الرسائل التي يقرأونها أو يسمعونها أو يشاهدونها عبر وسائل الإعلام يتوقف على أسلوب تفسيرهم لهذه الرسائل وبالتالي على الأفكار التي تمت استثارها من الذاكرة والتي تكون مرتبطة بهذه الرسائل الإعلامية^(١٤).

وبالنسبة لتطبيق نموذج الاستثارة المنتشرة على مجال تشكيل الاتجاهات وإجراء تقييم للأشياء، نجد أن الاتجاهات داخل الذاكرة هي عبارة عن ارتباطات بين موضوع الاتجاه وتقييم الفرد لهذا الموضوع^(١٥)، وتعد شدة العلاقة بين الموضوع والتقييم المرتبط به هو المحدد الأساسي لاحتمالية ورود التقييم بصورة تلقائية إلى ذهن الفرد عندما يواجه موضوع الاتجاه^(١٦).

ومن الأدلة الواضحة التي تبرهن على وجود عملية الاستثارة المنتشرة بين العقد التي تمثل الاتجاهات الأبحاث التي أجريت في مجال التعبير عن الاتجاهات السياسية حيث وجدت هذه الأبحاث أن تعبير الفرد عن اتجاهه نحو بعض القضايا السياسية سيزيد من سرعة استجابته لسؤال عن اتجاهه السياسي نحو قضية أخرى مرتبطة بتلك القضايا إذا سئل عن اتجاهه هذا في فترة زمنية مقاربة^(١٧).

كيف تتم عملية التقييم ؟

هناك أسلوبان يتم عن طريقهما تقييم الأشياء والموضوعات المختلفة، وهما:-

١. التقييم المؤجل (القائم على الذاكرة) **Memory-Based Judgment**.

٢. التقييم الفوري (الإنطباعي) **On-Line (Impression-Driven)**.

ويتم التمييز بين هذين الأسلوبين بناء على مصدر المعلومات التي تستخدم كمدخلات في عملية التقييم.

أولاً: التقييم القائم على الذاكرة (المؤجل) **Memory-based Judgment**

يفترض هذا الأسلوب وجود علاقة بين الذاكرة والتقييم، وقد أمدتنا أدبيات علم النفس المعرفي بالعديد من نماذج الذاكرة - التقييم، ويمكن تقسيم هذه النماذج إلى ثلاث

فئات وفقاً للأولوية السببية سواء كانت للذاكرة أو للتقييم.

- أ- نماذج الاستقلال (اللا أولوية) Independence (No Priority).
- ب- نماذج أولوية الذاكرة Memory Causes Judgment.
- ج- نماذج أولوية التقييم Judgment Causes Memory.

وتعد الفئة الثانية هي الأكثر انتشاراً، ويعتبر نموذج الإتاحة هو أشهر نماذج هذه المجموعة والذي يفترض أن المعلومات المتاحة في الذاكرة هي التي يبنى عليها التقييم.

ثانياً: التقييم الفوري: - On-Line Judgment

ويطلق على هذا النوع أحياناً التقييم الانطباعى Impression-Driven^(١٨)، ويطلق عليه أيضاً التقييم التلقائى Spontaneous حيث عادة ما يصدر الناس كثيراً من تقييماتهم تلقائياً دون الانتظار أن تطلب منهم ذلك فى استثناء للرأى أو غيره.

وتتركز النقطة الأساسية فى فهم نموذج التقييم الفورى حول مفهوم عداد التقييم Evaluation Counter أو ماكينة التقييم Judgement Operator حيث يتم تشبيه هذه العملية بالماكينة التى تقوم بدمج المعلومات فى الذاكرة العاملة والخروج بتقييم معين فالناس عندما يتعرضون لمعلومات جديدة يستدعون عداد التقييم من الذاكرة ويقومون بتحديث التقييم الموجود بالفعل بإضافة المعلومات الجديدة، وبعد ذلك يخزنون التقييم بصورته الجديدة فى الذاكرة طويلة المدى ثم يتناسون الجزئيات الفعلية التى كونت هذا التقييم لتخفيض الأعباء الفكرية عن ذاكراتهم فيما يعرف باسم "الاقتصاد المعرفى" Cognitive Economy، وبالتالي فهؤلاء الأفراد تكون لديهم القدرة على أن يقولوا إلى أى مدى يحبون أو يكرهون كتاباً معيناً أو فيلماً سينمائياً أو مرشحاً أو سياسة ما دون أن تكون لديهم القدرة على ذكر جميع الأسباب بدقة... ويتضح لنا أن التقييم الفورى أكثر فاعلية من التقييم المؤجل القائم على الذاكرة حيث إن الشخص يكون التقييم بصورة مباشرة بمجرد أن يتعرض للمعلومات المتعلقة بالتقييم ويقوم بتحديث التقييم بصورة مستمرة دون الحاجة إلى تخزين كل المعلومات التى يتعرض لها فى الذاكرة

نظريات الراى العام **الفصل الثالث**

طويلة المدى ثم استرجاعها عند الطلب والتفكير فيها لإصدار التقييم^(١٩).

ولكن ما هي الظروف التي تؤدي إلى حدوث كل أسلوب من أساليب التقييم؟

إن للمتغير الحاسم فى هذه العملية هو هدف الفرد عندما يتعرض للمعلومات فى البدلية؛ فإذا كان - وهذا هو الغالب - الفرد يتعرض للمعلومات بهدف ضمنى أو ظاهر يمثل فى تكوين حكم أو تقييم ما فإن أسلوب التقييم الفورى هو الذى يحدث فى هذه الحالة، وعلى الجانب الآخر، إذا كان هدف الفرد هو تذكر أكبر كم ممكن من المعلومات كما هو الحال فى بعض الدراسات التجريبية (وإن كان ذلك نادراً فى الظروف الواقعية)، أو يحدث إذا كان الفرد قد تعرض للمعلومات دون هدف محدد فى ذهنه وبالتالي فعندما يسأل بعد ذلك عن تقييمه لشيء مرتبط بهذه المعلومات فإنه يحاول استرجاع المعلومات التى قد تكون متاحة فى ذهنه عن الموضوع ليبنى عليها التقييم^(٢٠)، ولذلك فإن أضمن وسيلة للحصول على تقييم مبنى على الذاكرة هو مفاجأة الفرد بلن نطلب منه تقييماً جديداً لا يرتبط ولا يحتمل أن يرتبط بتقييم سابق يكون قد كونه بالأسلوب الفورى، ولكن ذلك صعب للتحقيق فى الواقع الفعلى.

وبالتطبيق على موضوع الدراسة، نجد أن تقييم الأفراد لأداء الحكومة يتم فى الغالب بالأسلوب الفورى، حيث إنه مع الوقت كلما يلتقط الأفراد معلومات جديدة عن الحكومة فإن ذلك يستثير لديهم صفات معينة وبالتالي سيكوّنون استنتاجات معينة عن أدائها مما يؤدي إلى تطوير تدريجى لتقييم أداء الحكومة.

المفاهيم الأساسية للنظرية:-

(١) البروز :- Saliience

البروز Saliience هو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة Public Arena خلال فترة زمنية محددة وتسمى هذه القضية Issue Regime أى القضية المسيطرة.

والساحة العامة: Public Arena هى إجمالى القنوات والبرامج والأجهزة التى يتم من خلالها تناول العام للقضايا السياسية العامة والأحداث المتعلقة بصنع السياسة.

الفصل الثالث نظريات الراى العام

وهناك معياران إجرائيان يجب توفرهما فى القضية لتكون قضية مسيطرة Issue Regime وهما:-

(أ) أن تشغل القضية النصيب الأكبر من التغطية الإعلامية مقارنة بغيرها من القضايا.

(ب) أن تعتبرها النسبة الكبرى من الجماهير القضية (أو المشكلة) الأكثر أهمية التى تواجه الدولة مقارنة بغيرها من القضايا^(٢١).

وقد أثبتت الدراسات فى مجالى علم النفس والإعلام السياسى أن الاتجاهات التى يعبر عنها الأفراد فى استقصاء الراى تعكس الأفكار الموجودة فى مقدمة أذهانهم لحظة الإجابة، وتلك الأفكار بدورها تعكس المعلومات الأكثر بروزاً فى تلك المرحلة الزمنية^(٢٢) وهى التى تركز عليها وسائل الإعلام.

وبالنسبة للقضايا السياسية، فإن القضية التى تفشل فى الوصول إلى أولويات الراى العام (عن طريق وسائل الإعلام)، لا يحتمل أن تكون معياراً مهماً فى التقييم، بغض النظر عن أهمية هذه القضية بالنسبة للفرد^(٢٣). فعلى سبيل المثال: قضية الرعاية الصحية داخل المستشفيات قضية مهمة ولكن عدم تركيز وسائل الإعلام عليها فى كثير من الأوقات لا يجعلها ضمن أولويات الراى العام عند تقييم الحكومة.

وقد اعتُبر عامل البروز لفترات طويلة - ولا يزال - عاملاً جوهرياً فى تفسير تأثيرات القضايا على التقييمات السياسية^(٢٤).

العوامل المؤثرة على إحداه تأثير البروز:

أ- طبيعة القضية: هل القضية تهم قطاعاً كبيراً من الناس أم قطاعاً محدوداً؟ هل القضية قديمة أم حديثة الظهور؟

ب- طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة: فإذا كانت الأحداث المحيطة أقل أهمية فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة.

ج- حجم وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية.

د- الأهمية المدركة للقضية.

٢- إمكانية الاسترجاع: Accessibility

يعرف مفهوم إمكانية الاسترجاع بأنه مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن فى الذاكرة، ومدى احتمال استخدامه فى معالجة المعلومات، ويوجد، حديثاً، اتجاه متزايد لاستخدام مصطلحي (إمكانية الاسترجاع) Accessibility و (الإتاحة) Availability بصورة متبادلة، وإن كان هناك فرق واضح بينهما وهو أن (إمكانية الاسترجاع) تشير إلى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن فى الذاكرة واستخدامه فى معالجة المعلومات، بينما (الإتاحة) يقصد بها تواجد بناء معين فى الذاكرة^(٢٥)، فتركيز وسائل الإعلام على قضايا سياسية معينة، يزيد من إمكانية استرجاع Accessibility أفكار معينة يعتمد عليها الأفراد فى إصدار تقييماتهم السياسية^(٢٦).

كذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لمشكلة معينة تمد الجمهور بمعلومات تكون أكثر حضوراً فى الأذهان لحدائتها بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغطية تدفع الجمهور لاسترجاع المعلومات التى عرفوها قبل ذلك عن المشكلة، وبالتالي فإن المعلومات التى تم اكتسابها مؤخراً وتلك التى اكتسبت فى وقت سابق تصبح حاضرة فى الذهن وبالتالي أكثر تأثيراً^(٢٧).

٣- مفهوم النغمة الغالبة (الرسالة الأساسية): The Big Message

فى كل قضية مسيطرة تكون هناك نغمة أو تيمة غالبية والتى يمكن تسميتها من وجهة نظر إقناعية "الرسالة الأساسية" Big Message... ويميل أفراد الجمهور العام إلى النقاط النغمة التقييمية الغالبة من إجمالى التغطية الإعلامية لأى قضية مسيطرة، وذلك بدلاً من القيام بالتحرى الدقيق وتحليل ما يرد بوسائل الإعلام^(٢٨).

ويتشابه هذا المفهوم مع مفهوم الاتجاه السائد Mainstream فى نظرية الغرس الثقافى، والذى يشر إلى أن التليفزيون يغرس رؤى عامة بين المشاهدين حيث يمتص وجهات النظر المتعارضة ويخلق بدلاً منها وجهات نظر متقاربة تمثل اتجاهاً سائداً بين الناس^(٢٩).

وتعد الزيادة فى درجة بروز قضية معينة، وبرز النغمة الغالبة المرتبطة بالقضية عاملين مهمين فى تشكيل الآراء والأحكام حول الحكومة وأدائها حيث تخضع

الفصل الثالث نظريات الراى العام

هذه الآراء والأحكام لميكانيزم التهيئة المعرفية^(٢٠).

٤- مفهوم النسبة: - Attribution

يرجع مفهوم النسبة إلى نظرية النسبة Attribution فى علم النفس الاجتماعى، والتي تمدنا بتفسير لكيفية قيام الأفراد بتفسير للمواقف المحيرة التي يواجهونها فى حياتهم اليومية^(٢١)، أى كيف يرجعون هذه للمواقف إلى أسباب محددة.

ويرى كيلي (١٩٧٢) Kelley أن الشخص الناضج لديه مخزون كبير من الأفكار المجردة المتعلقة بعمل وتفاعل العوامل السببية، وهذه الأفكار تساعد على إجراء تحليلات سريعة للمعلومات المتاحة لديه لنسبة الأحداث إلى أسبابها الرئيسية^(٢٢) يتم تقسيم مستويات المسؤولية إلى:

أ- حالة الإسقاط Discounting Condition: هى الحالة التى يتم فيها نسبة المسؤولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غير الحكومة (أى حالة إسقاط المسؤولية عن الحكومة).

ب- حالة اللا أدرى Agnostic Condition: هى الحالة التى لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسؤولة عن الأحداث.

ج- حالة التضخيم Augmentation Condition: هى الحالة التى يتم فيها نسبة المسؤولية كاملة إلى الحكومة^(٢٣).

ويلاحظ أن التغطية الإخبارية التى تغفل الإشارة إلى مدى مسؤولية الحكومة تخلق لدى الجمهور نوعاً من الشك وعدم التيقن من مستوى الأداء الحكومى ودرجة كفاءته^(٢٤).

٥- مفهوم الملاءمة: - Relevance

المقصود بالملاءمة هو الملاءمة بين موضوع القصص الإخبارية التى يتم التعرض لها والهدف موضع التقييم، فقصة إخبارية عن افتتاح الحكومة لمشروعات تنمية جديدة أكثر ارتباطاً بأداء الحكومة، ولذلك قد نجد ارتباطاً بين تقييم هذا الحدث والتقييم العام لأداء الحكومة ولكن ينخفض هذا الارتباط بعض الشيء إذا كان الهدف

نظريات الراى العام **الفصل الثالث**

تقييم كفاءة أفراد الحكومة، وينخفض أكثر إذا كان الهدف موضع التقييم هو أخلاقيات أفراد الحكومة، والكفاءة والأخلاقيات هي خصائص شخصية لأعضاء الحكومة ترتبط بالأداء^(٣٥).

وقد وجدت الدراسات أنه في كل حملة دعابة انتخابية يكون التركيز على الخصائص الشخصية للمرشحين، حتى لو ركزت الحملة على قضايا فإنها تتناول هذه القضايا من منطلق ما تبرزه هذه القضايا من خصائص الشخصيات المرشحة^(٣٦).

فرضيات النظرية:-

(١) فرضية إمكانية الاسترجاع - The Accessibility Hypothesis

كلما زادت إمكانية استرجاع تقييم الأداء الخاص بقضية ما في ذاكرة الفرد، زاد تأثير هذا التقييم على تقييم الأداء العام^(٣٧).

(٢) فرضية الملاءمة - The Relevance Hypothesis

إن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive priming يكون قوياً في حالة تقييم الأداء العام للحكومة، ومتوسطاً في حالة الحكم على كفاءة أفراد الحكومة، وضعيفاً في حالة الحكم على أخلاقيات أفراد الحكومة^(٣٨).

(٣) فرضية المسؤولية - The Responsibility Hypothesis

كلما فسرت التغطية الإخبارية التليفزيونية الأحداث باعتبارها نتاج أعمال الحكومة، زاد تأثير هذه التغطية على تقييم الجمهور لأداء الحكومة^(٣٩).

ووفقاً لهذه الفرضية فإن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive Priming يتحدد وفقاً لمستويات المسؤولية حيث يكون ضعيفاً في حالة الإسقاط Discounting Condition وهي الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غير الحكومة، ويكون تأثير التهيئة المعرفية متوسطاً في حالة اللا أدري Agnostic Condition وهي الحالة التي لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسئولة عن الأحداث، بينما يكون التأثير قوياً في حالة التضخم Augmentation Condition وهي الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية كاملة إلى الحكومة^(٤٠).

الفصل الثالث نظريات الراى العام

متغيرات النظرية:-

هناك منظوران أساسيان لتفسير تأثير متغيرات التعرض والمعرفة السياسية والاهتمام السياسي، وتمثل هذه المتغيرات الأبعاد الثلاثة للانغماس السياسي، وهي أكثر المتغيرات التي تم قياسها في دراسات التهيئة المعرفية، ولذلك كانت محور اهتمام كلا المنظورين.

المنظور الأول: منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدي:-

The Traditional Dosage-Resistance Perspective:

وهذا المنظور يؤيده علماء السياسة الأمريكيون من خلال أبحاثهم الإمبريقية في الراى العام منذ خمسينيات القرن العشرين، ويفترض هذا المنظور أنه يمكننا فهم تأثير وسائل الإعلام من خلال عاملين منظمين Regulatory Factors وهما: الجرعة والمقاومة^(٤١)، والمقصود بالجرعة هو ناتج اتحاد عاملى للتعرض للمادة الإخبارية فى وسائل الإعلام ودرجة الاهتمام السياسى^(٤٢).

وتتنمى نماذج (الجرعة - المقاومة) إلى نظريات الإقناع المباشر، وتتص على أن درجة التعرض لمصادر المعلومات السائدة تختلف بصورة كبيرة من فرد لآخر، كما تختلف عبر الفترات الزمنية المختلفة^(٤٣).

المنظور الثانى: المنظور النفسى الحديث:-

The Contemporary Psychological Perspective:-

وهذا المنظور يؤيده الأبحاث الحديثة فى مجال علم النفس الاجتماعى والمعرفى والمتعلقة بالذاكرة وتمثيل المعلومات، ويفترض هذا المنظور أن تأثير التهيئة المعرفية يكون ضعيفاً بين الأفراد الأكثر تعرضاً واهتماماً بالسياسة، بينما يكون قوياً بين الأفراد ذوى مستويات المعرفة السياسية المرتفعة عنه بين ذوى مستويات المعرفة السياسية المنخفضة^(٤٤).

متغير التعرض لوسائل الإعلام:- Media Exposure

هل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتأثير التهيئة المعرفية علاقة إيجابية

نظريات الرأي العام الفصل الثالث

أم سلبية؟ يوجد منظوران للإجابة عن هذا السؤال:

المنظور الأول:

يرجع كل من إينجار وكليندر (Iyengar & Kinder (1987) تأثير التهيئة المعرفية إلى عامل التعرض بصورة مباشرة، حيث يعتبران محتوى وسائل الإعلام هو السبب المباشر في إحداث هذا التأثير، وعلى هذا الأساس، فكلما زاد معدل التعرض للتغطية الإخبارية للقضية المسيطرة Issue Regime، زادت عملية التهيئة المعرفية أي زادت درجة استثارة العناصر الفكرية المرتبطة بالقضية^(٤٥).

ويمكن تبرير هذا الرأي بأن كثيفى التعرض للوسائل الإعلامية سيكونون من الحساسية بحيث يمكنهم ملاحظة بروز رسالة جديدة في بداية انتشارها وملاحظة المدلول الذى تحمله الرسالة، وبالتالي فهؤلاء الأفراد سيبادرون بتحويل محور اهتمامهم من قضية أصبحت في مرحلة الانحسار إلى قضية جديدة أخذة في البروز^(٤٦).

وبهذا فإن زيادة التعرض للقصة الإخبارية التى تتناول مشكلة معينة يزيد من الأهمية التى يوليها الجمهور لهذه المشكلة، ويترتب على ذلك أنهم قد يقررون أن يمنحوا هذه المشكلة وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة، وهم قد يفعلون ذلك عن وعى أو دون وعى^(٤٧).

المنظور الثانى:-

يرى كروسنيك وبرانون (Krosnick and Brannon (1993 أن الأفراد نوى معدلات التعرض المنخفضة يظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكبر لأنهم يلتفتون فقط الرسالة الأساسية أو النغمة الغالبة Big Message من الوسائل الإعلامية دون الالتفات إلى التفاصيل، ويميل هؤلاء الأفراد إلى إصدار أحكامهم عندما يطلب منهم ذلك من خلال استرجاعهم لهذه المعلومات القليلة التى تشكل النغمة الغالبة Big Message (أى أنهم يعتمدون فى إصدار أحكامهم وعمل تقييماتهم للأشياء على الذاكرة Memory-Based Judgment وليس على الأسلوب الفورى On-Line Judgement الذى تكون فيه الأحكام جاهزة فى أذهانهم^(٤٨).

الفصل الثالث نظريات الراى العام

ويتعارض رأى كروسنيك وبرانون Krosnick & Brannon مع مفهوم الرسالة الأساسية الذى يقول بأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام هو الذى يساعد على إبراز هذه الرسالة.

المتغيرات الوسيطة:-

يعتمد تأثير التهيئة المعرفية على كل من أسلوب تقديم الأخبار وسمات الجمهور^(٤٩).

ولهذا يوجد نوعان من المتغيرات الوسيطة:-

النوع الأول: هو المتغيرات الخاصة بالرسائل مثل كثافة الرسالة Message Intensity حيوية الرسالة Vividness، انتشار الرسالة Pervasiveness، وسهولة فهم الرسالة Ease of Comprehension، ودرجة تحيز الرسالة^(٥٠) Degree of Partisanship، وإطار تغطية الأخبار، وإذا ما كانت الأخبار تنسب مسئولية الحدث إلى الحكومة أو إلى أى جهة أخرى.

النوع الثانى: هو المتغيرات الخاصة بالجمهور: الانغماس السياسى Political Involvement المعرفة السياسية (الخبرة) Political Knowledge (expertise)، الاهتمام السياسى Political Interest، التعصب Partisanship، الانتماء الحزبى Party Identification، الثقة فى الوسيلة Media Trust، المتغيرات الديموغرافية، مستوى الذكاء، تقدير الذات.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة وفقاً لمتغيرات النظرية على النحو الآتى:

متغير التعرض:-

أيدت معظم الدراسات اتجاه (الجرعة - المقاومة) التقليدى حيث توصلت نتائجها إلى وجود علاقة طردية بين حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية، ويتضح ذلك من عرض الدراسات التالية التى تنقسم من حيث منهجها إلى دراسات تجريبية ودراسات مسحية:

الدراسات التجريبية:-

- فى دراسة لديفيد دومك David Domke وآخرين (١٩٩٨) استهدفت التعرف على تأثير التعرض لقضايا أخلاقية وجد الباحثون أن الأفراد الذين تم تعريضهم لقضية تحمل دلالات اجتماعية - أخلاقية مثل: الإجهاض أو القتل الرحيم زاد اهتمامهم بالنواحي الأخلاقية عند تقييمهم للمرشحين السياسيين، كما وجد الباحثون أن تعرض المبحوثين لقضية غامضة تم صياغتها فى إطار أخلاقى مثل: قضية الرعاية الصحية جعلهم يميلون إلى صياغة تفسيرات أخلاقية لقضايا مادية بعيدة عن الإطار الأخلاقى على عكس الأفراد الذين لم يتعرضوا لقضية مصاغة فى إطار أخلاقى^(٥١).
- وفى دراسة لشانتو اينجار Shanto Iyengar (١٩٩٨) لمعرفة تأثير التعرض للأخبار التلفزيونية المحلية (والتي تركز على أخبار الجريمة فى المقام الأول) وجد أن المشاهدين أصبحوا أكثر اعتماداً على آرائهم ومعتقداتهم عن الجريمة عند تشكيل اتجاهاتهم السياسية بصفة عامة^(٥٢).
- وفى دراسة جوان ميللر وجون كروسنيك Joanne Miller & Jon Krosnick (١٩٩٨)، وجدوا أن تعرض المبحوثين (بلغ عددهم ٢٨٦ وتراوحت أعمارهم بين ١٧-٣٥ عاماً) لموضوعات تعاطى المخدرات والهجرة جعلهم يتأثرون بهذه الموضوعات عند تقييمهم للأداء العام للرئيس بيل كلينتون^(٥٣).
- وقد أجرى جوان شلودر Joanne Schleuder وآخرون (١٩٩١) أربع دراسات تجريبية لقياس تأثير التعرض على عملية التهيئة المعرفية، وقد أجريت هذه التجارب خلال العشرين يوماً السابقة على الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٨٨ على ١٧٦ مبحوثاً منهم ١٣٤ طالب جامعى والباقيون ينتمون لمنظمات اجتماعية فى ولاية تكساس، وقد وجد الباحثون فى التجربة الأولى أن تأثير التهيئة المعرفية أكبر بالنسبة للأفراد الذين تعرضوا لقصص إخبارية عن المرشح دوكاكس Dukakis عن المجموعة الضابطة التى لم تتعرض لهذه القصص، ولكن لم تظهر هذه النتيجة فى التجربة الثانية التى تعرض فيها المبحوثون فى

الفصل الثالث نظريات الراي العام

المجموعة التجريبية لأربع قصص عن الرئيس بوش، ويرجع الباحثون هذه النتيجة إلى أن الحملة الانتخابية لبوش ركزت على المقارنة بينه وبين دو كاكس، ومن ثم فإن التعرض لقصص إخبارية عن بوش استثار لدى المبحوثين معلوماتهم عن دو كاكس، وفي التجربة الثالثة أثر التعرض لقصص إخبارية عن القدرة القيادية للمرشحين إلى زيادة التهيئة المعرفية الخاصة بقضايا مرتبطة بهذا الموضوع، وفي التجربة الرابعة كان التعرض لقصص إخبارية عن الاقتصاد أثار في زيادة التهيئة المعرفية للقضايا الاقتصادية^(٥٤).

الدراسات المسحية :-

- في دراسة زونجدانج بان وجيرالد كوسيكى (Zhongdang Pan & Gerald Kosicki) (١٩٩٧) التى استهدفت التعرف على تأثير التحول من التركيز على قضية معينة (أزمة الخليج) إلى قضية أخرى (الركود الاقتصادى) على تقييم الجمهور لأداء الرئيس جورج بوش، وجد الباحثان علاقة بين ارتفاع معدل التعرض لوسائل الإعلام وارتفاع معدلات التأييد للرئيس أثناء حرب الخليج، كما وجدت الدراسة علاقة بين ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام وانخفاض معدلات التأييد له أثناء فترة الركود الاقتصادى، فبعد أن كان الرئيس بوش من أكثر الرؤساء شعبية على مستوى استطلاعات الراي أصبح يعانى نكسة كبيرة أثرت على استمراره فترة رئاسة تالية فى البيت الأبيض^(٥٥).
- وعن تأثير التعرض للتغطية الإخبارية لأزمة الخليج على شعبية الرئيس جورج بوش، وجد كل من شانغو لينجار وأدم سيمون (١٩٩٣) أن هذه التغطية الإخبارية أدت إلى تغيير المعيار الذى تبنى عليه شعبية الرئيس بوش من حالة الاقتصاد الوطنى إلى أمور السياسة الخارجية فقد أدى تقييم المبحوثين الإيجابى لدور بوش فى السياسة الخارجية إلى زيادة اتجاهاتهم الإيجابية عن الرئيس بشكل عام حيث كانت درجة التأييد له قبل الأزمة ٦٤% وارتفعت إلى ٧١% مع تغطية الأزمة^(٥٦).
- وفى الدراسة التى قام بها روبرت جوبرت Robert Gobert وآخرون لمعرفة

نظريات الراي العام | الفصل الثالث

تأثير الدعاية الانتخابية الرئاسية (١٩٩٢) والتي ركزت على الركود الاقتصادي في عهد الرئيس جورج بوش، وجد الباحثون أن ارتفاع معدلات التعرض تزيد من تأثير التهيئة للمعرفة أي أنها جعلت المواطنين يعطون الوضع الاقتصادي أهمية أكبر عند تقييمهم للرئيس بوش ومقارنته بمنافسه الديمقراطي بيل كلينتون^(٥٧).

• في الدراسة التي أجراها جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) (على عينة عشوائية بلغ عددها ٢١٧٦ مبحوثاً في سن الانتخاب) وحاولا فيها التعرف على أثر فضيحة (إيران - كونترا)^(٥) على التأييد الشعبي للرئيس الأمريكي رونالد ريجان، وجدا أن التعرض للتغطية الإخبارية التي ركزت على الفضيحة كان له تأثير سلبي على تقييم المبحوثين للرئيس، وقد كان الارتباط بين التركيز على هذه الفضيحة وتقييم المبحوثين للأداء العام للرئيس أكبر من الارتباط بين التركيز على الفضيحة وتقييمهم لشخصية الرئيس، وهذا ما تقوله فرضية الملاءمة Relevance^(٥٨).

• وفي دراسة مسحية أجراها ماثيو ميندلسون Matthew Mendelsohn لمعرفة تأثير التعرض لحملة الانتخابات في كندا (١٩٨٨)، وجد أن الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام كانوا يميلون إلى التصويت بناء على تقييمهم لشخصيات المرشحين وليس بناء على انتماءات المرشحين الحزبية، ويرجع ميندلسون السبب في ذلك إلى تركيز وسائل الإعلام في كندا على شخصيات المرشحين حتى عند تناولها لقضية معينة^(٥٩).

• وفي دراسة أخرى على الانتخابات نفسها أجراها بلايز جونسون Blais Johnson

(٥) فضيحة (إيران - كونترا) تضمنت صفقة سرية لبيع السلاح لإيران أثناء الحرب العراقية - الإيرانية رغم وجود قانون لقره الكونجرس بمنع قيام الولايات المتحدة ببيع الأسلحة للدول التي ترعى الإرهاب، وكان هدف الرئيس رونالد ريجان من ذلك قيام إيران بمساعدته في الإفراج عن الرهائن الأمريكيين لدى حزب الله الشيعي في لبنان، وقد استغل ريجان أموال الصفقة في تمويل عملية الإطاحة بالحكومة في نيكاراغوا.

الفصل الثالث **نظريات الراى العام**

وأخرون وجدوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام خلال فترة الحملة الانتخابية التى ركزت على قضية اتفاقية التجارة الحرة بين كندا والولايات المتحدة جعلت هؤلاء الأفراد يصدرن قرارهم الانتخابى بالتصويت لأحد المرشحين دون الآخر بناء على تقييمهم لموقف كل مرشح من القضية، أى أن هذه القضية أصبحت معياراً لتقييم المرشحين الذين تسابقوا لتوضيح موقفهم من القضية^(١٠).

• وعن تأثير التركيز على أحداث مهمة مثل: الحروب على شعبية بعض الرؤساء، وجد جون مولر John Mueller أن الحرب الكورية كان لها تأثير سلبى كبير على شعبية الرئيس ترومان، بينما وجد أن حرب فيتنام لم يكن لها تأثير على تقييم الرئيس جونسون ويرجع ذلك إلى أن الرئيس ترومان لم يكن قادراً على إبعاد الحرب عن الصراعات الحزبية^(١١).

• وبالرغم من اتفاق جميع الدراسات التى تم عرضها على وجود علاقة طردية بين حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية إلا أن هناك دراسة واحدة لجون كروسنيك ولورا برانون (١٩٩٣) توصلت إلى عكس هذه النتيجة فقد حاولا التعرف على تأثير حرب الخليج على تقييم الأمريكين لأداء الرئيس بوش، ووجدوا ارتفاعاً كبيراً فى معدلات تأييد الرئيس بعد الحرب، ولكن هذا التأثير ينخفض مع ارتفاع معدلات التعرض^(١٢). ويمكن تفسير اختلاف نتيجة كروسنيك وبرانون بأن الدراسة تم إجراؤها بعد عدة شهور من انتهاء الحرب والتغطية المكثفة لها، وبالتالي فإن الأفراد كثيفى التعرض للأخبار تعرضوا لموضوعات أخرى بعد الحرب أدت إلى تخفيف تأثير التهيئة المعرفية الذى أحدثته الحرب بينما الأقل فى معدلات التعرض للأخبار لم يتعرضوا بالدرجة نفسها لهذه الموضوعات فظل تأثير الحرب قائماً فى أذهانهم.

المتغيرات الوسيطة:-

١- متغير المعرفة السياسية: Political Knowledge Variable

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير المعرفة السياسية على عملية التهيئة المعرفية، وذلك على النحو الآتى:

نظريات الراى العام الفصل الثالث

• فى دراسة جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) Jon Krosnick & Donald Kinder التى استهدفت التعرف على أثر فضيحة (إيران - كونترا) على التأييد الشعبى للرئيس الأمريكى رونالد ريجان، توصلت إلى أن التأثير السلبى للفضيحة على تقييم المبحوثين للرئيس الأمريكى كان أكثر ظهوراً فى تقييم ذوى المستويات المنخفضة فى المعرفة السياسية عنه فى تقييم ذوى المستويات المرتفعة فى المعرفة السياسية^(١٣).

• وفى دراسة شاننو إينجار وآخرين (١٩٨٤) Shanto Iyengar et al. التى استهدفت معرفة تأثير تعرض مجموعات من الجمهور العام لمشكلة معينة على معايير تقييم الرئيس الأمريكى، وجد الباحثون أن تأثير التغطية الإخبارية لمشكلة معينة على معايير تقييم الرئيس أكثر ظهوراً بين الأفراد الأقل فى مستوى المعرفة السياسية عنه بين الأفراد الأعلى فى مستوى المعرفة السياسية^(١٤).

وتتفق النتائج السابقة مع منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدى الذى يقول بوجود علاقة عكسية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثير التهيئة المعرفية.

ولكن هناك دراسات أخرى اختلفت نتائجها مع المنظور التقليدى وأيدت المنظور النفسى الحديث، ويتضح ذلك فيما يلى:-

• فى دراسة جون كروسنيك ولورا برانون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عن تأثير حرب الخليج على تقييم الرئيس الأمريكى جورج بوش، وجد الباحثان أن هناك علاقة طردية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثير التهيئة المعرفية^(١٥)، وقد أكد الباحثان هذه النتيجة فى دراسة أخرى لهما على الموضوع نفسه^(١٦).

وقد تم تفسير هذه النتيجة فى ضوء ما يلى:

١. إن حرب الخليج كانت قضية جديدة مثيرة وقصيرة نسبياً فى الفترة الزمنية التى شغلتها، وفى هذه الحالات فإن الأكثر معرفة سياسية يكون لديهم من الإطار المعرفى ما يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، بينما فى القضايا القديمة دائمة الحدوث مثل: الاقتصاد، فإنه حتى ذوى مستويات المعرفة المتوسطة

الفصل الثالث **نظريات الراى العام**

يكون لديهم إطار معرفى يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، وبالتالي فإن النتائج التى وجدها كروسنيك وبرانون (١٩٩٣) قد لا تظهر فى دراسات أخرى تتناول أحداثاً اقتصادية مثلاً.

٢. معظم دراسات التهيئة المعرفية ركزت على أحداث قريبة الحدوث، بينما الفجوة الزمنية بين حرب الخليج وانتخابات ١٩٩٢ التى أجريت خلالها الدراسة كانت كبيرة نسبياً مما جعل الأكثر معرفة هم الأكثر قدرة على استرجاع المعلومات التى قدمتها وسائل الإعلام وبالتالي ظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكبر^(١٧).

ولكن هناك دراسات أخرى توصلت إلى النتيجة نفسها التى توصل إليها كروسنيك وبرانون رغم أنها طبقت على موضوعات أخرى، ومن هذه الدراسات:-

• الدراسة التجريبية التى أجراها كل من جوان ميلر وجون كروسنيك (١٩٩٨) Joanne Miller & Jon Krosnick حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعات بعضها تعرض لقصص إخبارية ركزت على قضية الهجرة وبعضها تعرض لقصص إخبارية ركزت على قضية تعاطى المخدرات، وقد وجد الباحثان أن تأثير التهيئة المعرفية كان أكبر بين الأفراد الأعلى فى مستوى المعرفة السياسية^(١٨).

وقد توصل الباحثان أيضاً إلى النتيجة نفسها فى دراسة تجريبية أخرى (١٩٩٨) حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعات ركزت على موضوعات التلوث أو الجريمة أو البطالة^(١٩).

وفى دراسة تجريبية قام بها ديفيد دومك وآخرون (١٩٩٨) David Domke et al. للمقارنة بين تأثيرات التهيئة المعرفية على مجموعتين، المجموعة الأولى تكونت من أفراد من الطائفة الإنجيلية (تتمتع بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية) ومجموعة من طلاب الجامعة (لديها مستوى أقل من المعرفة السياسية)، وجد الباحثون أن تأثير التهيئة المعرفية أقوى فى المجموعة الأولى أى أن هناك علاقة طردية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثيرات التهيئة المعرفية^(٢٠).

وقد تأكدت النتيجة نفسها فى دراسة روبرت جويدل وآخرين (١٩٩٧)

نظريات الراى العام الفصل الثالث

Robert Goidel et al. حيث وجدوا أن المبحوثين ذوو مستويات المعرفة السياسية المرتفعة أكثر تأثراً بالرسائل السلبية عن الاقتصاد، وبالتالي فإنهم عارضوا سياسة الرئيس بوش الاقتصادية، وذلك على عكس المبحوثين ذوي مستويات المعرفة المنخفضة، ويرجع السبب فى ذلك إلى أن الأقل معرفة كانوا متفائلين بخصوص الظروف الاقتصادية لأنهم أقل تعرضاً للرسائل الإعلامية التى تتناول الظروف الاقتصادية وبالتالي لم يتأثروا بمحتواها، وهناك سبب آخر وهو أن الأقل معرفة أكثر تأثراً بدورة العمل السياسى^(٥) Political Business Cycle وبالتالي فإنهم كانوا أكثر تقاؤلاً بخصوص ظروفهم الاقتصادية الخاصة والظروف الاقتصادية العامة فى الفترة السابقة على الانتخابات ومن ثم كانوا أكثر ميلاً إلى التقييم الإيجابى للرئيس بوش وخاصة إذا كانوا ينتمون لحزبه^(٧١)

وعلى عكس جميع النتائج السابقة سواء تلك التى أيدت المنظور التقليدى أو التى أيدت المنظور النفسى الحديث، وجد جون كروسنيك ولورا برانسون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عند إعادة تحليل بيانات دراسة فضيحة (إيران - كونترا) أنه لا توجد علاقة بين مستوى المعرفة السياسية والتهينة المعرفية، وهذه النتيجة تختلف مع النتيجة التى كان قد توصل إليها جون كروسنيك فى دراسته مع كايندر (١٩٩٠) حيث كانت العلاقة سلبية، ويرجع كروسنيك اختلاف النتيجة إلى أنهما (كروسنيك وكايندر) تجاهلا تأثير التعرض والاهتمام السياسى ودرسوا فقط تأثير المعرفة السياسية، ولكن عند إعادة التحليل تم ضبط تأثير متعيرى التعرض والاهتمام فلم يجد تأثيراً لمتغير المعرفة السياسية على عملية التهينة المعرفية^(٧٢).

٢- متغير الاهتمام السياسى: Political Interest

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير الاهتمام السياسى على عملية التهينة المعرفية، ويتضح ذلك من الدراسات التالية:-

(٥) تفترض نماذج دورة العمل السياسى Political Business Cycle Models أن التوقعات المتعلقة

بتحسن الأوضاع الاقتصادية نرداد قبيل انتخابات الرئاسة. لمزيد من التفاصيل أنظر

Motoshi Suzuki (1992) "Political Business Cycles in the Public Mind"
American Political Science Review vol 86 no 4 p 989

الفصل الثالث نظريات الراي العام

• فى دراسة روبرت جويدل وآخرين (١٩٩٧)، وجد الباحثون أن الأكثر اهتماماً سياسياً كانوا أكثر تأثراً بالتغطية الإخبارية للأزمة الاقتصادية فى عهد الرئيس جورج بوش، ومن ثم كانوا أكثر معارضة له وأكثر تأييداً للمرشح الديمقراطى بيل كلينتون فى انتخابات (١٩٩٢) أى أن العلاقة كانت طردية بين مستوى الاهتمام السياسى وعملية التهيئة المعرفية^(٧٣).

وتتفق هذه النتيجة مع منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدى الذى يقول بأن الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً وبالتالي أكثر تأثراً.

وتختلف النتيجة السابقة مع النتائج التى توصل إليها كل من جون كروسنيك ولورا برانون فى دراستهما، حيث توصلتا فى دراسة لهما (١٩٩٣) عن تأثير حرب الخليج على تقييم الأمريكين لأداء الرئيس بوش إلى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية^(٧٤)، وقد أكدت هذه النتيجة فى دراسة أخرى لهما على الموضوع نفسه^(٧٥).

ويفسر البعض هذه النتيجة بأن إجراء استفتاء على الجمهور بعد فترة من انتهاء الحرب كانت فيها وسائل الإعلام قد بدأت تصرف اهتمامها إلى موضوعات أخرى جعل الأكثر اهتماماً نظراً لمتابعتهم لوسائل الإعلام يتلقون رسائل أخرى تحمل موضوعات جديدة مما يقلل من تأثير المعلومات المختزنة فى الأذهان بخصوص حرب الخليج، بينما الأفراد الأقل اهتماماً ومتابعة للموضوعات السياسية لن يتلقوا الكثير من الرسائل الإعلامية الأخرى عن موضوعات جديدة وبالتالي لن يحدث لهما هذا التداخل أو التخفيف من تأثير حرب الخليج... وبالتالي فإن توقيت إجراء الاستفتاء له تأثير كبير^(٧٦).

وقد وجد أيضاً جون كروسنيك ولورا برانون عند إعادة تحليل بيانات دراسة فضيحة (إيران - كونترا) أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية^(٧٧).

ويرى جون كروسنيك أن هذه النتيجة تدعم اتجاه المنظور النفسى لعدة

أسباب:-

نظريات الراي العام الفصل الثالث

أولاً: أوضحت النتيجة أن العلاقة العكسية بين مستوى الاهتمام السياسي وعملية التهيئة المعرفية لا تقتصر على موضوع بعينه (حرب الخليج)، وإنما تمتد إلى موضوعات مختلفة مثل: فضيحة (إيران - كونترا).

ثانياً: أظهرت تلك النتيجة أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف أسلوب تطبيق الدراسة، فقد تحققت عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الرأسية (التي تجرى على المبحوثين أنفسهم في كل مرة) في دراسة حرب الخليج، وتحققت أيضاً عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الأفقية (التي تجرى على أفراد مختلفين ما بين الفترة السابقة للفضيحة والفترة التالية لها) في حالة فضيحة (إيران - كونترا).

ثالثاً: أشارت النتيجة إلى أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف توقيت التطبيق، فقد أجرى مسح الجمهور في دراسة فضيحة (إيران - كونترا) مباشرة بعد يوم واحد من الإعلان عنها في وسائل الإعلام بينما أجرى بعد عدة شهور في حالة دراسة حرب الخليج^(٧٨).

٣- متغير الانغماس السياسي: Political Involvement

قامت بعض الدراسات بدمج متغيرات التعرض والمعرفة السياسية والاهتمام السياسي في متغير أكبر أسموه متغير الانغماس السياسي.

• ومن الدراسات التي اختبرت تأثير الانغماس السياسي دراسة تجريبية قام بها اينجار وكابندر (١٩٨٣)، وقد توصلت الدراسة إلى التساوي بين المنغمسين سياسياً وغير المنغمسين سياسياً في مدى التأثير بالتعرض لمشكلة معينة في تقييم المبحوثين للأداء العام للرئيس^(٧٩).

ويفسر بعض الباحثين هذه النتيجة بأنه على الرغم من الارتباط الإيجابي بين متغيرات التعرض والاهتمام والمعرفة إلا أن لها تأثيرات مختلفة على عملية التهيئة المعرفية وحيث إن الدراسة لم تستخدم التحليل متعدد الأبعاد **Multivariate Analysis** الذي يقيس تأثير متغير معين في الوقت الذي يضبط تأثير باقي المتغيرات، وإنما قامت بقياس تأثير المتغيرات الثلاثة في وقت واحد، فقد أدى ذلك إلى أن كل متغير ألغى

الفصل الثالث نظريات الراى العام

تأثير المتعير الاحر وترتب على ذلك عدم وجود فروق داب دلالة بين المنغمسين وغير المنغمسين سياسياً^(٨٠).

٤- متغير الثقة فى وسائل الإعلام: Trust in Mass Media

إن الأفراد الأكثر ثقة فى وسائل الإعلام من المحتمل أن يولوا التغطية الإخبارية اهتماماً أكبر، وأن يفكروا فى دلالاتها السياسية، ويضعوها فى اعتبارهم عند تقييم أداء الحكومة أو أداء الرئيس وهذا ما توصلت إليه الدراسات التى قام بها كل من جوان ميللر وجون كروسنيك، وذلك على النحو التالى:

- فى الدراسة التجريبية التى أجريها عام ١٩٩٨، وجد أن الأفراد الذين ترتفع درجة ثقتهم فى وسائل الإعلام يرداد تأثير التهيئة المعرفية لديهم حيث كانوا أكثر اعتماداً على القصية التى تم تعريضهم لها - سواء كانت البطالة أو التلوث أو الجريمة - عند تقييمهم لأداء الرئيس كلينتون^(٨١)
- وقد توصل الباحثان إلى النتيجة نفسها فى دراسة تجريبية أخرى أجريها عام ١٩٩٣^(٨٢)

٥- متغير المسئولية: Responsibility

- فى دراسة تجريبية قام بها اينجار وكايندر (١٩٨١) على طلاب جامعة ييل Yale لمعرفة تأثير مستوى مسئولية الرئيس المتضمنة فى التغطية الإخبارية لمشكلة الطاقة على تقييم الجمهور لأدائه العام، وجد الباحثان أن الطلاب الذين تعرضوا لقصص إخبارية تظهر مسئولية الرئيس عن القضية أولوها أهمية عند تقييمهم للأداء العام للرئيس أكبر من أولئك الذين تعرضوا لقصص إخبارية لا تظهر هذه المسئولية مما يدعم فرضية المسئولية^(٨٣).
- وقد تكررت هذه النتيجة فى دراسة تجريبية أخرى للباحثين أنفسهما قاما بتطبيقها هذه المرة على جمهور عام، وتم تعريضهم لموضوعات الطاقة أو الدفاع أو التضخم حيث وجد الباحثان أن تأثير التهيئة المعرفية راد فى الحالات التى ظهرت فيها مسئولية الرئيس عن المشكلة مما يدعم فرضية المسئولية أيضاً^(٨٤).

نظريات الراي العام **=====** الفصل الثالث

ولكن الباحثين أنفسهما لم يجدا فروقاً ذات دلالة في تأثير التهيئة المعرفية بين الأفراد الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئي عن إحداث المشكلة، وأولئك الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئي عن علاج المشكلة، وذلك في الدراسة التجريبية التي أجراها عام ١٩٨٢^(٨٥).

وقد يرجع اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج الدراستين السابقتين إلى أن المقارنة في الدراستين الأولى والثانية كانت بين حالتى وجود المسئولية وعدم وجودها، أما في الدراسة الثالثة فكانت المقارنة بين نوعين مختلفين من المسئولية وهما: المسئولية السببية والمسئولية المعالجية، وإن كانت هذه النتيجة تختلف مع ما ذهب إليه شانتو لينجار عام ١٩٩١ من أن "المسئولية السببية أكثر تأثيراً على التقييم العام لأداء الحكومة من المسئولية المعالجية"^(٨٦).

المبحث السادس

الإطار التطبيقي للدراسة

نظريات الرأى العام الفصل الثالث

تستعرض الباحثة، فى هذا المبحث، الإجراءات المنهجية التى اتبعتها فى الدراسة المسحية على الجمهور فى كل من التطبيق الأول والتطبيق الثانى.

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة (المشروعات الكبرى).

الفرض الثانى:

تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية (التطبيق الأول) وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى لأداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة.

الفرض الثالث:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

الفرض الخامس:

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:
(أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية، انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفصل الثالث نظريات الراى العام

(ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى، انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى الثقة فى المادة الإخبارية فى التلفزيون المصرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذين يعتمدون على وسائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات التجارية فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

تعريف المفاهيم:-

- **القضية المسيطرة:** هى القضية التى تبرز على الساحة العامة خلال فترة زمنية محددة وتشغل النصيب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام.

نظريات الراى العام الفصل الثالث

- الحكومة: المقصود بها السلطة التنفيذية وتشمل الرئيس ورئيس الوزراء والوزراء.
- أداء الحكومة: هو أسلوب قيام الحكومة بالوظائف والمسئوليات المنوطة بها، والأهداف التى تراعيها الحكومة عند قيامها بهذه الوظائف مما يدعم شرعية وجودها.
- ذات مدلول إيجابى: أى توضح كفاءة أداء الحكومة فى هذه القضية ومراعاتها لمصلحة المواطنين.
- إدراك مسئولية الحكومة عن القضية المسيطرة: ينقسم إلى أربعة مستويات:
 - (أ) مستوى التضخيم: وفيه ينسب المبحوث المسئولية كاملة إلى الحكومة.
 - (ب) مستوى اللا أدرى: هو المستوى الذى لا يدرك فيه المبحوث الشخصى للمسئول.
 - (ج) مستوى الإسقاط: هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى جهات أخرى غير الحكومة.
 - (د) مستوى الواقعية^(٥): هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى عدة جهات من ضمنها الحكومة، وترجع تلك التسمية إلى أن نسبة المسئولية فيها تكون أقرب إلى الواقع فمن البديهي أن موضوع مثل المشروعات الكبرى (القضية المسيطرة) تسهم فيه العديد من الجهات.
- مستوى المعرفة السياسية: هو قدر معلومات المبحوث عن الأحداث الجارية والمشكلات السياسية وأسبابها، ومدى معرفته بالشخصيات السياسية.
- مستوى الاهتمام السياسى: درجة سعى المبحوث لمتابعة الأحداث السياسية ومناقشتها مع معارفه ومشاركته فى أنشطة سياسية أو حزبية.
- طبيعة الدراسة: المقصود بها نوع الدراسة حسب المواد التى يتم تدريسها وعلاقتها بالمجتمع، ومن هذا المنطلق ينقسم هذا المتغير إلى: دراسة

(٥) هذا المستوى أضافته الباحثة.

الفصل الثالث نظريات الراي العام

إنسانية ودراسة علمية ودراسة تجارية.

- مستوى الثقة في المواد الإخبارية: مدى تصديق المبحوث للمواد الإخبارية ومدى توازنها وواقعيتها وتقديمها للحقائق الكاملة من وجهة نظره.

نوع الدراسة:-

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف استكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التلفزيون المصري خلال فترة يتم التركيز فيها على قضية معينة وتقييم الجمهور لهذه القضية واتجاهه نحو الأداء العام للحكومة.

منهج الدراسة:-

قامت الدراسة على استخدام منهج المسح، واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة، وقد اتبعت الباحثة الخطوات التالية:

- القيام بالمتابعة الإخبارية لاختيار فترة يكون فيها حدث بارز يشغل النصيب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام أي تكون هناك قضية مسيطرة Issue Regime.
 - وقد تم اختيار فترة شهر سبتمبر وأوائل أكتوبر سنة ١٩٩٩ حيث كانت مثال تغطية مكثفة لإنجازات الحكومة في الفترة السابقة وعلى رأس هذه الإنجازات: المشروعات الكبرى.
 - تم إجراء مسح للجمهور على مرحلتين:
 - المرحلة الأولى: بعد فترة التغطية المكثفة مباشرة، وبالتحديد في الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ١٩٩٩.
 - المرحلة الثانية: بعد انقضاء شهرين على فترة التغطية المكثفة وبالتحديد في الأسبوع الأول من شهر ديسمبر ١٩٩٩.
- وكان الهدف من إجراء المسح على مرحلتين هو المقارنة بين اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة خلال الفترتين.

نظريات الراسى العام الفصل الثالث

مجتمع الدراسة:-

يتمثل مجتمع الدراسة فى طلاب الجامعة، بلغ عدد طلاب الجامعات المصرية فى العام الدراسى (١٩٩٨-١٩٩٩) ١١٦٧٨٩١ وذلك وفقاً للإحصائية التى أصدرتها إدارة الإحصاء بالمجلس الأعلى للجامعات عام ١٩٩٩.

عينة الدراسة:-

تم تطبيق الدراسة على طلاب جامعة القاهرة باعتبارها الجامعة الأم وتضم طلاباً من مختلف محافظات الجمهورية ونظراً لتواجد معظم التخصصات الدراسية بها، كما أن بها تفاوتاً فى المستويات الاجتماعية الاقتصادية أى أن طلابها ينتمون إلى العديد من شرائح وفئات المجتمع المصرى.

وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل (العنقودية) فى اختيار مفردات العينة، ومر سحب العينة بالمراحل التالية:

- تم تقسيم الكليات إلى فئات حسب طبيعة الدراسة ما بين دراسة إنسانية ودراسة علمية ودراسة تجارية.
- تم اختيار كلية ممثلة لكل فئة عشوائياً فكانت كلية الآداب ممثلة للدراسة الإنسانية، وكلية العلوم ممثلة للدراسة العلمية أما كلية التجارة فتم اختيارها عمدياً باعتبارها الممثلة الوحيدة للدراسة التجارية.
- اقتصرت العينة على طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة لضمان أن يزيد سن المبحوث عن ثمانية عشر عاماً لأن استمارة الاستقصاء بها أسئلة عن استخراج بطاقات انتخابية والتصويت فى الانتخابات وهو ما يتطلب بلوغ هذا السن.
- من داخل كل كلية تم اختيار أحد الأقسام بصورة عشوائية، فكان قسم التاريخ فى كلية الآداب وقسم الكيمياء فى كلية العلوم وقسم المحاسبة فى كلية التجارة.
- راعت الباحثة التمثيل النسبى لكل فئة دراسية داخل العينة.

جدول رقم (١)

توزيع العينة على طبيعة الدراسة

نسبتهم فى العينة	عددهم فى العينة	نسبتهم من عدد طلاب الجامعة	عدد الطلاب ١٩٩٩-١٩٩٨	طبيعة الدراسة
%٤٧	٢٤٧	%٤٥	٨١٥٩٩	إنسانية
%٢٩,٨	١٥٧	%٣٠	٥٦٤٧١	علمية
%٢٣,٢	١٢٢	%٢٥	٤٧٠٨٨	تجارية
%١٠٠	(*)٥٢٦	%١٠٠	١٨٥١٥٨	المجموع

(*) قامت الباحثة بتطبيق عدد أكبر من الاستثمارات بلغ ٦٠٠ استثماره بواقع ٣٠٠ استثمارة فى كل مرحلة ولكن بعد استبعاد الاستثمارات غير الصادقة والاستثمارات الناقصة بلغ عدد الاستثمارات ٥٢٦ بواقع ٢٦٣ فى كل تطبيق.

صورتين (٤)
فضائين مئتين

تجارية				علمية				إنسانية				التنوع الكلية		
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		التنوع الكلية		
١٢	١٧	٨	٧	١٤	١٧	١١	٥	٤	٣٦	٣٠	٤	٢٠	١٩	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
%٢٤	%٣٤	%١٦	%١٤	%١٧,٥	%٢١,٣	%١٣,٨	%٦,٣	%٢٥,٥	%٣١,٩	%٢٦,٥	%٣,٥٠	%١٧,٧	%١٦,٨	التطبيق الأول
٨	١٧	٩	١١	٣	٤	٢٦	٢٠	١٢	٢٣	٣٤	٦	١٤	٢٤	التطبيق الثاني
%١٤,٨	%٣١,٥	%١٦,٧	%٢٠,٤	%٤,٣	%٥,٧	%٣٧,١	%٢٨,٦	%١٠,٦	%٢٠,٤	%٣٠,١	%٥,٣	%١٢,٤	%٢١,٢	

الفصل الثالث نظريات الراى العام

أداة جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة استقصاء لتطبيقها على المبحوثين فى كل من التطبيق الأول والتطبيق الثانى عن طريق المقابلة الشخصية.

اختبار الصدق والثبات:-

أولا الصدق:

- استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهر (صدق المحكمين^(*)) حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة محكمين متخصصين فى الإعلام والسياسة وعلم النفس، وقد تم إجراء التعديلات التى أوصوا بها.
- إجراء دراسة قبلية pre-test على ٥% من عينة الدراسة لاختبار مدى فهم المبحوثين للأسئلة.

ثانيا الثبات:-

لا يمكننا فى هذه الدراسة قياس الثبات بإعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة محددة لأن عامل التذكر سيتدخل لإحداث تغيير فى النتائج، ولهذا كان إجراء المسح على مرحلتين للمقارنة بين فترة التركيز وفترة عدم التركيز على إنجازات الحكومة.

(*) أساتذة الإعلام: أ.د. حسن عماد (أستاذ بقسم الإذاعة)، أ.د. عدلى رضا (أستاذ بقسم الإذاعة)،

أ.د. سامى الشريف (أستاذ الإذاعة بقسم الإذاعة)، أ.د. راجية قنديل (أستاذ بقسم الصحافة)، د. هويدا مصطفى (مدرس بقسم الإذاعة).

أساتذة السياسة: أ.د. كمال المنوفى (عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية)، أ.د. أحمد يوسف (عميد معهد الدراسات والبحوث العربية)، أ.د. السيد غانم (أستاذ السياسة)، أ.د. جلال معوض (أستاذ السياسة).

أساتذة علم النفس: أ.د. حامد زهران (أستاذ علم النفس والعميد السابق لكلية التربية - جامعة عين شمس)، أ.د. سيد عبد العال (أستاذ علم النفس بأداب عين شمس).

الإعلاميون المدرسون: أ. على فهم (نائب رئيس قطاع الأخبار باتحاد الإذاعة والتلفزيون).

نتائج الدراسة^(*):-

نتائج اختبارات الفروض:-

اختبار الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال هذه القضية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا = ٢١ بين متغير حجم التعرض للمواد الإخبارية ومتغير تقييم أداء الحكومة فى مجال المشروعات الكبرى (فى التطبيق الأول).

اتضح وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية ودرجة تقييم المشروعات حيث إن قيمة كا = ٢١ - ١٢,٠١١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٧) ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق، وقد بلغ ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولاختبار معنوية الاختلاف بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوسطات درجة تقييم المبحوثين للمشروعات تم إجراء اختبار "ت" التى أظهرت نتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى متوسط درجة تقييم المشروعات بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى حيث إن قيمة ت = ٢,٣٩٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١٧ وهو أقل من ٠,٠٥، وذلك يعنى أن متوسط درجة تقييم المشروعات فى التطبيق الأول أكبر من نظيرتها فى التطبيق الثانى أى أن التقييم أكثر إيجابية فى التطبيق الأول.

وبذلك نقبل الفرض الأول: القائل بوجود علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال هذه القضية.

(*) للتعرف على لنتائج العامة للدراسة: شيماء نو الفقار حامد (٢٠٠٠) 'نور المادة الإخبارية فى تليفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة - دراسة مسحية'، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، ص ص ١٢٧-١٦٩.

الفصل الثالث نظريات الراى العام

وقد ترجع تلك النتيجة إلى أن هناك تركيزاً من التليفزيون على المشروعات الكبرى وإيجابياتها، ولذلك فالأكثر تعرضاً كانوا أكثر إيجابية فى تقييم المشروعات تأثراً بمضمون ما يقدم بالتليفزيون، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء الإطار النظرى كما يلى:-

- مفهوم النعمة الغالبة أو "الرسالة الأساسية" Big Message الذى يقول بأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام يساعد على انتشار النعمة الغالبة المرتبطة بالقضية المسيطرة، والنعمة الغالبة فى حالة المشروعات الكبرى هى نعمة إيجابية، ولذلك فالأكثر تعرضاً تقييمهم أكثر إيجابية.
- نماذج (الجرعة - المقاومة) Dosage- Resistance Models التى يؤيدها أنصار المنظور التقليدى والتى تقول بأن الأفراد الأكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية السائدة أكثر عرضة للتأثر بها.

اختبار الفرض الثانى:

ترداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى للقضية المسيطرة (التطبيق الأول).
لاختبار هذا الفرض تم حساب كا ٢١ بين متغير درجة تقييم المشروعات ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة.

وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المشروعات وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة (فى التطبيق الأول) حيث إن قيمة كا = ٢١،٢٤١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١ (٠،٠٠٠١).

ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وبلغت قوته ٠،٣١ عند مستوى معنوية ٠،٠٠٠١ أما معامل ارتباط بيرسون فبلغت قوته ٠،٣٥ عند مستوى معنوية ٠،٠٠٠١

ولمعرفة تأثير متغير درجة تقييم المشروعات على العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قوته ٠،٢٨ عند مستوى معنوية ٠،٠٠٠١ وبمقارنته بمعامل الارتباط الجزئى بين حجم

نظريات الراي العام ===== للفصل الثالث

التعرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة عند ضبط متغير درجة تقييم المشروعات والذي بلغت قيمته ٠,٠٣٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦١) أى أن العلاقة لم تكن دالة إحصائياً، وبذلك يتضح لنا مدى قوة تأثير متغير تقييم المشروعات على العلاقة، وبذلك نقبل الفرض الثانى.

وبتحقق الفرض الثانى يتحقق الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming حيث إن تركيز المواد الإخبارية على المشروعات الكبرى فى فترة من الفترات جعل من هذه المشروعات معياراً لتقييم أداء الحكومة، ويتضح ذلك فى التأثير الذى لعبه متغير تقييم المشروعات حيث أدى إلى زيادة شدة العلاقة بين حجم التعرض والاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه أنصار الاتجاه التقليدى Traditional perspective من أنه كلما زاد معدل التعرض للتغطية الإخبارية للقضية المسيطرة Issue Regime زادت عملية التهيئة المعرفية أى زادت الأهمية التى يوليها أفراد الجمهور لهذه القضية وبالتالي يمنحونها وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة.

اختبار الفرض الثالث:-

يوجد اختلاف نو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) لتحديد مدى معنوية الاختلاف بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، والذى أظهرت نتائجها أن هناك اختلافاً ذا دلالة إحصائية بين متوسط شدة الاتجاه فى التطبيق الأول ومتوسط شدة الاتجاه فى التطبيق الثانى حيث إن قيمة $t = ٢,٠٤٦$ وهى قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤١).

معنى ذلك أن الاتجاه نحو أداء الحكومة فى التطبيق الأول يميل نحو الإيجابية أكثر من التطبيق الثانى، وبذلك نقبل الفرض الثالث.

الفصل الثالث نظريات الراى العام

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء عامل البروز Salience الذى يقول بأن تركيز التليفزيون على قضية معينة يزيد من أهمية هذه القضية، وبالتالي يستخدم الأفراد معلوماتهم عن هذه القضية فى تشكيل اتجاهاتهم حول الأشياء المرتبطة بها، فإذا قلت درجة بروز قضية ما انخفضت بالتالى أهميتها عند تقييم أداء الحكومة.

اختبار الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين المجموعات الأربعة التى تمثل المستويات المختلفة لإدراك مسئولية الحكومة وهى: مستوى اللا أدرى ومستوى الإسقاط ومستوى الواقعية ومستوى التضخيم، والجدول التالى يوضح نتائج هذا التحليل:

جدول رقم (٣)

تحليل التباين بين المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	٨٩٢,٥٧٨	٢٩٧,٥٢٦	٠,٨٦٣	٠,٤٦١
داخل المجموعات	٢٥٩	٨٩٢٧٧,٧٣٤	٣٤٤,٧٠٢		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية فى متوسطات شدة الاتجاه حيث إن قيمة ف = ٠,٨٦٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من

نظريات الراى العام الفصل الثالث

٠,٠٥ (٠,٤٦١) حيث كان متوسط شدة الاتجاه لدى مستوى الإسقاط ٨٦,٢٠ ولدى مستوى اللا أدرى ٩٨,١٢ ولدى المتوسط الواقعى (المسئولية المشتركة) ٩٩,٥٧ ولدى مستوى التضخيم ٩٨,٥٥، وبذلك نرفض الفرض الرابع.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراستان اللتان قام بهما كل من شاننو اينجار ودونالد كايندر عام ١٩٨١^(٨٧)، ويمكن إرجاع هذا الاختلاف إلى مايلى:

تم تطبيق دراستى اينجار وكايندر على مشكلات وقضايا سلبية، بينما هذه الدراسة تم تطبيقها على قضية ايجابية، ووفقاً لنظرية النسبية Attribution Theory فإن تأثير الآراء المتعلقة بالقضايا المختلفة يعكس تحيزاً للسلبية "A Negativity Bias" فى التقييمات السياسية، فالخصائص السلبية أكثر تأثيراً على المواطنين من الخصائص الإيجابية (فالنقطة السوداء دائماً أكثر ظهوراً).

اختبار الفرض الخامس:-

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

أولاً: اختبار الفرض الخامس (أ):

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا ٢١ بين متغيرى مستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وقد اتضح عدم وجود علاقة بين متغير مستوى المعرفة السياسية ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا = ٦,٠٢٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٩٧).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط

الفصل الثالث نظريات الراى العام

متغير المعرفة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى Partial Correlation Coefficient وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٨ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٥٨).

وبحساب معامل الارتباط المتعدد Multi-Correlation Coefficient بين متغيرات حجم التعرض ومستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة قد وصلت إلى ٠,١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وبذلك يتضح لنا أن دخول متغير المعرفة السياسية على العلاقة بين متغيرى التعرض وشدة الاتجاه قد زاد من شدة العلاقة، وحولها من علاقة غير دالة إلى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وبذلك كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة. ومن ثم نرفض الفرض الخامس (أ).

وتختلف هذه النتيجة مع ما يذهب إليه المنظور التقليدى Traditional perspective من أنه كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة^(٨٨)، والذي أيدته دراسة شاننوا اينجار وآخرين عام ١٩٨٤^(٨٩)، ودراسة جون كروسنيك ودونالد كايندر عام ١٩٩٠^(٩٠).

وتتفق النتيجة مع المنظور النفسى الحديث - Contemporary Psychological Perspective الذى أيدته دراسة جون كروسنيك ولورا برانسون عام ١٩٩٣^(٩١)، ودراسا جوان ميلر وجون كروسنيك عام ١٩٩٨^(٩٢).

ويبرر أنصار المنظور النفسى هذه النتيجة بأن المعرفة السياسية تعد أحد العوامل التى تزيد من إمكانية تخزين واسترجاع المعلومات وبالتالي فهى تزيد من تأثير التهيئة المعرفية، فكلما كانت معلومات الفرد عن موضوع معين أكثر تنظيماً كان أكثر كفاءة وفعالية فى فهم المعلومات الجديدة، وأكثر قدرة على ترميزها وتخزينها فى الذاكرة، وبالتالي أكثر قدرة على استرجاعها عندما يسأل عن رأيه، وعلى العكس فإن

نظريات الراى العام الفصل الثالث

الأفراد الأقل فى مستوى المعرفة السياسية يجدون صعوبة فى تفسير المعلومات السياسية الجديدة، كما تتخفف قدرتهم على تخزين المعلومات واسترجاعها^(١٣).

ثانيا اختبار الفرض الخامس (ب):

كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا ٢١ بين متغيرى مستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الاهتمام السياسى ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا = ١٣,٧٢١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨) وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٢

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الاهتمام السياسى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شدة العلاقة ٠,١٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣٥).

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة قد وصلت إلى ٠,١٧ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد، نجد أن دخول متغير مستوى الاهتمام السياسى زاد من شدة العلاقة، كما أصبح مستوى المعنوية ٠,٠٠٠١ بعد أن كان ٠,٠٣٥

وبذلك كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم نرفض الفرض الخامس (ب).

وتختلف هذه النتيجة مع المنظور النفسى الحديث Contemporary Psychological Perspective الذى يذهب إلى وجود علاقة عكسية بين متغير الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية، وهو ما أيدته دراسات كل من جون كروسنيك ولورا

الفصل الثالث نظريات الراي العام

برانون عام ١٩٩٣ سواء تلك التي أجريها على حرب الخليج أو على فضيحة (إيران - كونترا) (٩٤).

وتتفق هذه النتيجة مع المنظور التقليدي Traditional Perspective الذي يذهب إلى وجود علاقة طردية بين مستوى الاهتمام السياسي وتأثير التهيئة المعرفية وهو ما أبدته دراسة روبرت جويدل Robert Goidel عام ١٩٩٧ (٩٥).

ويبرر أنصار المنظور التقليدي هذه العلاقة بأن الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً وبالتالي أكثر تأثراً، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة من وجود علاقة قوية نسبياً بين مستوى الاهتمام السياسي وحجم التعرض حيث بلغت شدة العلاقة بحساب معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

اختبار الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

اختبار الفرض السادس (أ):

كلما ارتفع مستوى الثقة في المواد الإخبارية في التلفزيون المصري، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب كاس ٢١ بين متغيري الثقة وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الثقة في المواد الإخبارية في التلفزيون المصري ومتغير شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة كاس = ٥٤,٨٠٧ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٤٢.

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير الثقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٣٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٥٥٨) أي أن العلاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الثقة في المواد الإخبارية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة وصلت إلى ٠,٤٩ عند مستوى

نظريات الراى العام الفصل الثالث

معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول متغير الثقة فى المواد الإخبارية على العلاقة بين متغيرى حجم التعرض وشدة الاتجاه قد حول العلاقة من علاقة ضعيفة وغير دالة إلى علاقة قوية نسبياً ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبذلك كلما ارتفع مستوى الثقة فى المواد الإخبارية فى التلفزيون المصرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم نقبل الفرض السادس (أ).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات كل من جوان ميللر وجون كروسنيك عام ١٩٩٣^(٩٦) و عام ١٩٩٨^(٩٧).

ويمكن فهم هذه النتيجة فى ضوء طبيعة النظام الإعلامى المصرى حيث يتبع التلفزيون الحكومة ويعبر عن سياساتها وتوجهاتها مما قد يثير الشكوك فيما تقدمه التغطية الإخبارية عن إنجازات الحكومة ويمثل حائلا دون الاقتناع والتأثر بهذه التغطية أما بالنسبة للأفراد الذين يتقون فى هذه المواد الإخبارية فلن يكون لديهم ذلك المرشح الإدراكى Perceptual Screen الذى يحول دون حدوث التأثير.

اختبار الفرض السادس (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذين يعتمدون على وسائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY

ANOVA والذى تتضح نتائجه فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المعتمدين على الوسائل المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٥	١٨.٣٤٣,٠٤٩	٣٦.٦٨,٦١٠	١٢٧,١١٠	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٢٥٣	٧١٧٩١,٢٧٦	٢٨٣,٧٦٠		
المجموع	٢٥٨	٢٥٢١٣٤,٣٢٤	٠,٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذي دلالة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة ف = ١٢٧,١١٠ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو أداء الحكومة وحساب الفروق ذات الدلالة بينهم من خلال اختبار توكي Tukey، وهو ما يتضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات
فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	المعتدون على التلفزيون	المعتدون على الصحافة القومية	المعتدون على الصحافة الحزبية	المعتدون على الإذاعة المصرية	المعتدون على الإذاعات الأجنبية	المعتدون على الاتصال الشخصى
المعتدون على التلفزيون
المعتدون على الصحافة القومية
المعتدون على الصحافة الحزبية
المعتدون على الإذاعة المصرية
المعتدون على الإذاعات الأجنبية
المعتدون على الاتصال الشخصى

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تبايناً بين متوسط شدة الاتجاه لدى المعتمدين على التلفزيون من ناحية حيث يبلغ المتوسط (١٠٢,٥٢) وبين المعتمدين على أى من الصحافة الحزبية والإذاعة المصرية والإذاعات الأجنبية والاتصال الشخصى حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه لدى كل مجموعة على التوالى: ٨٩,٩٤ - ٩٥,٦٦ - ٩٣,٤٥ - ٨٧,٩٤.

ويتضح من تلك النتائج عدم وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه لدى كل من المعتمدين على التلفزيون المصرى أو الصحف القومية وذلك لأنها تأخذ اتجاهها مؤيداً للحكومة، وذلك على عكس الصحف الحزبية والإذاعات الأجنبية والاتصال الشخصى

الفصل الثالث نظريات الراى العام

الذى تزيد من خلاله الانتقادات الموجهة لأداء الحكومة، بينما الإذاعة المصرية بالرغم من تبعيتها للحكومة إلا أن معظم محطاتها لا تظهر بها حدة التركيز على إنجازات الحكومة.

ولمعرفة العلاقة بين درجة الاعتماد على التلفزيون كمصدر للمعلومات وشدة الاتجاه الإيجابى نحو أداء الحكومة، تم حساب كا ٢١، وقد اتضح وجود علاقة بين درجة الاعتماد على التلفزيون وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة حيث إن قيمة كا = ٣١,٢٤٥ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٣٦.

ومن ثم نقبل الفرض السادس (ب).

اختبار الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع (أ):

كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى ومتغير شدة الاتجاه، وقد اتضح عدم وجود علاقة بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة حيث إن قيمة كا = ٥,١٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٧٢).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٤٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٨٦) أى أن العلاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض والمستوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة ظلت كما هى (٠,٠٤٤) وإن

نظريات الراسى العام الفصل الثالث

كانت قد تحولت إلى علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مدى معنوية الاختلاف بين الأقل والأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو أداء الحكومة، تم إجراء اختبار (ت)، والذى أظهرت نتائجه عدم وجود اختلاف ذى دلالة إحصائية بين الأقل والأعلى فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى من حيث متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة (ت) = -٠,١٣٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩٧).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (أ).

إختبار الفرض السابع (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) للتعرف على مدى معنوية الاختلاف بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة. وقد أظهرت نتائج الاختبار عدم وجود اختلاف ذى دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث أن قيمة ت = -٠,٢٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٠٢).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ب).

اختبار الفرض السابع (ج):-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات التجارية فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY

ANOVA وهو ما يتضح فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين طلاب الاتجاهات الدراسية المختلفة
من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	١١٥٠,٢٦٣	٥٧٥,١٣١	١,٦٨٠	٠,١٨٨
داخل المجموعات	٢٦٠	٨٩٠٢٠,٠٤٩	٣٤٢,٣٨٥		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذي دلالة إحصائية بين الكليات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة ف = ١,٦٨٠ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٨٨).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ج).

ويمكن تفسير عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية (المستوى الاجتماعي الاقتصادي / النوع / طبيعة الدراسة) إلى تقارب المستويات الفكرية والثقافية لطلاب الجامعة، ومعايشتهم لواقع واحد وظروف متشابهة مما أدى إلى عدم وجود فروق بينهم في مدى تأثير التغطية الإخبارية على اتجاهاتهم السياسية.

الخلاصة:

أيدت نتائج الدراسة الفرض الرئيسي لنظرية التهيئة المعرفية حيث وجد أن تركيز المادة الإخبارية على إنجازات الحكومة وبصورة مكثفة في فترة تطبيق الدراسة أدى إلى زيادة شدة الاتجاه الإيجابي نحو المشروعات التي تقوم بها الحكومة، ومن ثم نحو الأداء العام للحكومة، وذلك مقارنة بفترة أخرى تلتها وقلت فيها حدة التركيز على إنجازات الحكومة، مما يعني أن التليفزيون يمكن أن يقوم بدور في دعم شرعية الحكومة من خلال خلق اتجاهات إيجابية نحو أدائها.

نظريات الراى العام الفصل الثالث

ويوضح لنا ذلك أنه بالرغم من اختلاف المجتمع المصرى عن المجتمع الأمريكى الذى نبعت منه النظرية من حيث النظام الإعلامى الذى لا يتمتع بالقدر نفسه من الحرية والتنوع اللذين يوجدان بالمجتمع الأمريكى، والنظام السياسى الذى لا يتمتع بالمستوى ذاته من الديناميكية، والإطار الثقافى الذى تسوده المحافظة، وعدم الرغبة فى التغيير، بالرغم من كل ذلك الاختلاف، ثبت الفرض الرئيس للنظرية ولكن مع ملاحظة أن التطبيق تم على موضوع إيجابى، وقد لا تتحقق هذه النتيجة فى ظروف أخرى مثل اختلاف موضوع التطبيق، أو عينة الدراسة، أو مجال التطبيق.

هو امش الفصل الثالث:-

- (1) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", *The Journal of Politics*, vol. 58, No.1, p. 113.
- (2) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) "News Media Impact On The Ingredients of Presidential Evaluation: Politically Knowledgeable Citizens Learn From a Trusted Source of Information", *Unpublished Study*, p.4.
- (3) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Journal of Social Issues*, vol. 49, no. 4, pp. 168-169.
- (4) *Ibid.* p. 169.
- (5) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), "Do The Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters In America", (Calif.: SAGE Publications), p. 268.
- (6) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987) "News that Matters" (Chicago: The University of Chicago Press), p. 63.
- (7) *Ibid.* p. 65.
- (8) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 268.
- (9) Robert Goideel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", *American Politics Quarterly*, vol. 25, p. 298.
- (10) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 70-71.
- (11) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", *Communication Research*, vol. 24, no.1, p.9.
- (12) David Plaut (1998) "Semantic and Associative Priming in a Distributed Attractor Network", *The Proceedings of the 17th Annual Conference of the Cognitive Science*, www.cpsc.cmu.edu/~plaut/papers-html/plaut95cogsci/main.html, Internet, p.1.
- (13) Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zillmann & Jennings Bryant (Eds.) "Media Effects Advances In Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 45.
- (14) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) "Perspectives on Media Effect", (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 58.

- (15) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", **Communication Yearbook**, 20, p. 187.
- (16) **Ibid**, p. 187.
- (17) **Ibid**, p. 203.
- (18) Reid Hastie & Bernadette Park (1986) "The Relationship between Memory-Based or On-line", **Psychological Review**, vol. 93, no.3, p. 260.
- (19) Milton Lodge et al., (1989) "An Impression-Driven Model of Candidate Evaluation", **American Political Science Review**, vol. 83, no.2, p. 401.
- (20) Reid Hastie & Bernadette Park, **Op. Cit.**, p. 263.
- (21) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 4.
- (22) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Saliency", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no.1, p. 112.
- (23) George Rabinowitz et al. (1982) "Saliency As a factor in the Impact of Issues on a Candidate Evaluation", **The Journal of Politics**, vol. 44, p. 44.
- (24) George Edwards II et al., **Op. Cit.**, p. 112.
- (25) E. Tory Higgins & Gillian King (1981) "Accessibility of Social Constructs: Information-Processing Consequences of Individual and Contextual Variability" in: N. Cantor & J. Kihlstrom (Eds.) "**Personality, Cognition and Social Interaction**" (New Jersey: Erlbaum), p. 71.
- (26) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 10, no.1, p. 53.
- (27) Shanto Iyengar et al. (1984), "The Evening News and Presidential Evaluations", **Journal of Personality and Social Psychology**, vol.46, no.4, p. 779.
- (28) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, pp. 11-24.
- (29) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) "**Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research**" (New Burypark: Sage Publications), p. 23.
- (30) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 25.
- (31) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, p. 82.
- (32) **Ibid**, p. 83.
- (33) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, pp. 85-86.
- (34) **Ibid.**, p. 87.

- (35) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), **Op. Cit.**, p. 273.
- (36) David Glass (1985) "Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on their Personal Attributes ?", **Public Opinion Quarterly**, vol.49, no.4, p. 517.
- (37) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) **Op. Cit.**, p. 19.
- (38) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit.**, p. 780.
- (39) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, p. 82.
- (40) **Ibid.**, pp. 85-86.
- (41) Philip Converse (1962) "Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes", **Public Opinion Quarterly**, vol.26, p. 578.
- (42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol.49, no.4, p. 288.
- (43) Robert Goidel et al. (1997), **Op. Cit.**, p. 288.
- (44) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **American Political Science Review**, vol.87, no.4, p. 965.
- (45) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 11.
- (46) **Ibid**, p. 12.
- (47) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit.**, p. 785.
- (48) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 11.
- (49) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, p. 97.
- (50) John Zaller (1987), **Op. Cit.**, p. 822.
- (51) David Domke et al., (1998) **Op. Cit.**, pp. 61-63.
- (52) Shanto Iyengar (1998) "Media Effects Paradigms for the Analysis of Local Television News", A Paper Presented at a Conference on Democracy and Democratic Discourse, p.14.
- (53) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, pp. 8-16.
- (54) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) "Television and Political Advertising", vol.1 (New Jersey: Erlbaum), pp. 265-309.
- (55) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, pp. 3-25.

- (56) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", **Communication Research**, vol. 20, no. 3, pp. 368-377.
- (57) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, pp. 296-300.
- (58) David Domke et al., **Op. Cit.**, pp. 61-63.
- (59) Matthew Mendelsohn, **Op. Cit.**, pp. 112-121.
- (60) Blais Johnson et al. (1992) "Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election" (Stanford: Stanford University Press), p. 249.
- (61) John Mueller (1970) "Presidential Popularity From Truman to Johnson", **The American Political Science Review**, vol. 64, p. 34.
- (62) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, p. 173.
- (63) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), **Op. Cit.**, pp. 498-511.
- (64) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit.**, p. 786.
- (65) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 972.
- (66) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, p. 173.
- (67) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, pp. 291-292.
- (68) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, pp. 8-16.
- (69) **Ibid.**, pp. 16-21.
- (70) David Domke et al., **Op. Cit.**, pp. 55-69.
- (71) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, p. 394.
- (72) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993), "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, pp. 178-180.
- (73) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, p. 297.
- (74) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 963.

- (75) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, p. 177.
- (76) *Ibid.*, p. 178.
- (77) *Ibid.*, pp. 178-180.
- (78) *Ibid.*, p. 179.
- (79) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 82-89.
- (80) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Confiet", *Op. Cit.*, p. 171.
- (81) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, p. 270.
- (82) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 20.
- (83) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 82-89.
- (84) *Ibid.*, pp. 82-89.
- (85) *Ibid.*, pp. 90-97.
- (86) Shanto Iyengar (1991), *Op. Cit.*, p. 115.
- (87) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 73-81.
- (88) Jon Krosnik & Donald Kinder (1990), *Op. Cit.*, p. 501.
- (89) Shanto Iyengar et al. (1984), *Op. Cit.*, p. 786.
- (90) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), *Op. Cit.*, pp. 498-511.
- (91) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 972.
- (92) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 8-16.
- (93) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 966.
- (94) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, pp: 177-180.
- (95) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, p. 297.
- (96) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 270.
- (97) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 15-20.

الفصل الرابع

نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية

- ELM

- RAS

تمهيد :

حاول الباحثون تقديم النماذج التى تشرح وتفسر عملية تشكيل اتجاهات الراى العام، وقد تعددت المنطلقات النظرية والتوجهات الفكرية لهذه النماذج، وبرز بينها الاتجاه المعرفى الذى بدأ فى دراسات الإعلام منذ أواخر الستينيات من القرن العشرين حيث ازداد التركيز على التفاعلات المعرفية والذاتية للأفراد تجاه الرسائل الإعلامية، وقد قام أنتونى جرينولد Greenwald بجمع أجزاء من مختلف نظريات تشكيل الاتجاهات، ودمج بينها فى نظرية جديدة أسماها نظرية الاستجابة المعرفية Cognitive Response Theory.

وقد ظهرت بعد ذلك العديد من النماذج القائمة على الاستجابات المعرفية Cognitive Response-Based Models ومنها نموذج "احتمالية إعمال العقل" Elaboration Likelihood Model الذى وضعه بيتى وكاسيوبو Petty & Casicoppo عام ١٩٨٦ وقدما من خلاله تفسيرات لعديد من الظواهر النفسية والاجتماعية قائمة على منظور الاستجابة المعرفية.

ويعد نموذج "إحتمالية إعمال العقل" من أهم نماذج تشكيل الاتجاهات على المستوى الفردى خلال السبعة عشرة عاماً الماضية، كما يعتبره بعض الباحثين خلاصة الإنتاج العلمى فى دراسة الاتجاهات على مدى ثمانين عاماً^(١)، حيث إنه جاء للتوفيق بين النماذج المتضاربة، وتفسير هذا التضارب، وإعطاء صورة متكاملة لعملية تشكيل الاتجاهات واضعاً فى الاعتبار جميع عناصر ومتغيرات العملية الاتصالية.

ومن النماذج التى ظهرت أيضاً كنتيجة للثورة المعرفية فى العلوم الاجتماعية نموذج "التلقى - القبول - العينة" لزيلر (١٩٩٢) Zaller's Reception- Acceptance Sample Model، وهو نموذج لتشكيل اتجاهات الراى العام على المستويين الفردى والمجتمعى، ويعتبره بعض الباحثين من أهم الإسهامات العلمية التى تم تقديمها فى مجال الراى العام^(٢).

ويركز نموذج زيلر على التأثيرات الأكثر تعقيداً فى أثناء معالجة المعلومات بدلاً من التركيز على السلوك السياسى الظاهر، وهو فى ذلك امتداد للاتجاه الذى سلكته

نظريات الراى العام الفصل الرابع

نظريات وضع الأجنده Agenda-Setting، والتهيئة Priming، ووضع الإطار Framing، وهى نظريات وجدت تأييداً إمبريقياً قوياً فى الدراسات التجريبية أولاً ثم فى الدراسات المسحية بعد ذلك.

وانطلاقاً من أهمية النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، فإن هذه الدراسة تسعى لاختبار فروضهما بالتطبيق على قضيتين مختلفتين للتعرف على مدى ملاءمة النموذجين للمجتمع المصرى، ومدى مناسبتها لخصائصه.

ويمكن عرض عناصر الدراسة فى المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة، ويقدم عرضاً لنموذجى ELM و RAS وما يتعلق بهما من دراسات.

المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة، ويتم فيه عرض الإجراءات المنهجية ونتائج تطبيقين أجرتهما الباحثة لاختبار النموذجين فى المجتمع المصرى.

المبحث السابع
الإطار النظري للدراسة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

اولاً: نموذج احتمالية إعمال العقل: Elaboration Likelihood Model (ELM)

يقدم نموذج احتمالية إعمال العقل ELM هيكلاً عاماً متكاملًا لتنظيم وتصنيف وفهم العمليات الأساسية المتضمنة في تأثير الرسائل الإعلامية^(٣)، ويحدد عدداً من الطرق التي من خلالها يمكن لكل من المصدر والرسالة وغيرها من المتغيرات المتعلقة بالعملية الاتصالية إحداث التأثير المطلوب وتغيير الاتجاه، كما يركز النموذج على فكرة مؤداها أن الأفراد يسعون لتكوين اتجاهات صحيحة (أى اتجاهات تفيد فى التكيف مع البيئة المحيطة)^(٤).

ويتمثل مفهوم الاتجاه من منظور النموذج فى التقييمات العامة التى يتبناها الأفراد تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين وأيضاً تجاه الأشياء والقضايا المختلفة، وترتكز هذه التقييمات على العديد من الخبرات المعرفية والوجدانية والسلوكية^(٥).

ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينهم فى كم المجهود العقلى الذى يحتمل أن يبذلوه فى معالجة الرسائل التى تستهدف تغيير اتجاهاتهم، وذلك باختلاف الظروف المتعلقة بالرسالة والظروف المحيطة بها^(٦)، وهو ما يشير إليه مصطلح إعمال العقل Elaboration الذى يقوم على الربط بين المعلومات التى تحملها الرسالة والمعرفة السابقة لدى الفرد وتحقيق التكامل بينهما^(٧)، ويمكن تخيل عملية إعمال العقل Elaboration باعتبارها متصللاً Continuum يبدأ فى أحد طرفيه من اللا تفكير فى المعلومات المقدمة على الإطلاق وينتهى فى طرفه الآخر إلى التفكير التام فى كل التفاصيل والجزئيات المتعلقة بالمعلومات المقدمة فى الرسالة ودمجها فى عقل الفرد فى بناء معرفى يمثل الاتجاه نحو الموضوع^(٨) أى أنها متصلل لحجم المجهود المعرفى العقلى المبذول^(٩).

طرق تغيير الاتجاهات وفقاً للنموذج:

يفترض النموذج أن هناك طريقتين لتغيير الاتجاه، أولهما: الطريق المركزى Central Route، وثانيهما: الطريق الهامشى Peripheral Route^(١٠). ويدقق الأفراد الذين يتبعون الطريق المركزى فى الأفكار التى يتعرضون لها ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية ويفكرون ملياً فى دلالاتها، أى أنهم يحاولون معالجة المعلومات الجديدة التى يتعرضون لها بأسلوب عقلانى، أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشى

الفصل الرابع نظريات الراي العام

فإنهم يسلكون طرقاً مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التي يتعرضون لها حيث يعتمدون على مجموعة مفاتيح تمكنهم من الحكم على ما يتعرضون له دون بذل مجهود عقلي مرهق^(١١).

محددات الاعتماد على كل من نوعي المعالجة:

إن الطريق الهامشي له ميزة اقتصادية إذ لا يتطلب مجهوداً عقلياً يذكر حيث إنه يعتمد على تقييم الرسالة على أسس مفاتح ليس لها علاقة بالمحتوى ولكن في مقابل تلك الميزة فإن الطريق للهامشي لا يمكن الوثوق في الحكم من خلاله على صحة الرسالة أو قوتها، فالأفراد قد يتقبلون (أو يرفضون) بعض الرسائل التي كان من الممكن أن يرفضوها (أو يتقبلوها) إذا بذلوا الجهد أو الوقت اللازمين لمعالجتها. ويفترض الاتجاه الوظيفي أن الأفراد يتبعون الطريق المركزي إذا كانت الاعتبارات المتعلقة بمدى صحة الحكم على الرسالة تفوق الاعتبارات الاقتصادية بينما يسود الطريق الهامشي إذا تغلبت الاعتبارات الاقتصادية^(١٢).

ويعد مستوى الدافعية محدداً أساسياً لأي الطرفين يتم اتباعه، وذلك على

النحو الآتي:

١. يتم اتباع الطريق المركزي في حالة للقضايا ذات الارتباط الشخصي القوي إذ يعتمد الأفراد في هذه الحالة على الأدلة القوية.

٢. يتم اتباع الطريق الهامشي في حالة للقضايا ذات الارتباط الشخصي الضعيف إذ يعتمد الأفراد بشكل أساسي على المفاتيح الهامشية مثل مصداقية المصدر.

وهناك عوامل ثلاث أخرى تزيد من احتمالية إعمال العقل أي اتباع الطريق

المركزي، وهي:

١. عندما يشعر الفرد بمسئوليته الفردية عن تقييم الرسالة.
٢. عندما تزداد لدى الفرد الحاجة إلى المعرفة والوعي بأن هناك عدداً من المصادر يتبنون وجهة النظر ذاتها بشرط ألا يكون هناك علاقة بين هذه المصادر.
٣. تزداد قدرة الفرد على اتباع الطريق المركزي عندما تتميز البراهين والحجج التي تحتويها الرسالة بالبساطة النسبية ويتم تكرارها عدداً كافياً من المرات^(١٣).

نظريات الراى العام الفصل الرابع

الانواع المختلفة من المفاتيح الهامشية:

هناك عدة مفاتيح توجه عملية تشكيل الاتجاهات من أهمها:

- المصدقية: وهى تشير إلى ميل الأفراد إلى تصديق المصادر ذات المصدقية والثقة فيما تقول.
- الحب: وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مع المصادر التى يحبونها.
- الإجماع: وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مع المواقف التى تؤيدها الأغلبية.

وهناك مؤشرات أخرى مثل: عدد الحجج والبراهين المقدمة وطول الرسالة وخبرة المصدر^(١٤)، وهناك عوامل أخرى مثل: رد المجاملة والاتساق والبرهان الاجتماعى والسلطة والندرة^(١٥).

الحدوث المتزامن لكل من نوعى المعالجة:

يذهب شاىكن وزملاؤه (١٩٨٩) إلى أن الطريق المركزى والطريق الهامشى يمكن اتباعهما فى وقت واحد، ومن ثم يكون لهما تأثيرات جمعىة وتفاعلية على اتجاهات الأفراد^(١٦).

وهناك العديد من الأمثلة على الحدوث المتزامن والاعتماد المتبادل بين نوعى المعالجة، فعلى سبيل المثال: للتناقضات الصارخة بين الدلالات الإقناعية فى مفتاح هامشى معين وبين محتوى الرسالة قد تدفع الأفراد الأقل انغماساً لبذل مزيد من المجهود العلقى لتشكيل اتجاهات تتسق مع الأفكار التى يتم توليدها أى أن الأفراد الذين لا يميلون بطبيعتهم إلى إمعان التفكير فى محتوى الرسائل قد يضطرون إلى القيام بذلك عندما لا يتقون فى النتائج المترتبة على اعتمادهم على المفاتيح الهامشية^(١٧).

التأثيرات المترتبة على كل من نوعى المعالجة:

- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى فى معالجة المعلومات تكون أكثر قوة واستمرارية من تلك الاتجاهات الناتجة عن ميكانيزمات الطريق الهامشى، كما أنها أكثر ثباتاً^(١٨)، ولكن يمكن للاتجاه الذى يتم تغييره عبر الطريق الهامشى أن يستمر فقط إذا تم دعمه فيما بعد ببراهين عقلانية مؤيدة^(١٩).

الفصل الرابع نظريات الراى العام

• إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تكون أكثر مقاومة للتغيير والهجوم المضاد.

• إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تجعلنا أكثر قدرة على التنبؤ من خلالها بالسلوك المستقبلى مقارنة بتلك الاتجاهات الناتجة عن الطريق الهامشى^(٢٠).

فرضيات النموذج:

الفرضية الأولى: توجد لدى الأفراد الدافعية لتبنى اتجاهات صحيحة^(٢١).

الفرضية الثانية: بالرغم من ميل الأفراد لتبنى اتجاهات صحيحة، فإن مستوى وطبيعة التفكير فى القضية التى يقوم الأفراد بتقييمها يختلف حسب العوامل الفردية والظروف المحيطة^(٢٢).

الفرضية الثالثة: تؤثر المتغيرات المختلفة على مستوى واتجاه التغيير فى الاتجاهات إما لكونها براهين وحجج إقناعية أو مفاتيح هامشية، أو عن طريق التأثير على درجة واتجاه التفكير فى القضية والبراهين المقدمة من خلالها^(٢٣).

الفرضية الرابعة: إن التأثير على دافعية أو قدرة الأفراد على معالجة الرسائل بأسلوب يتسم بالموضوعية يتم من خلال تعزيز أو تقليل درجة التفكير (إعمال العقل فى البراهين المقدمة فى الرسائل^(٢٤)).

الفرضية الخامسة: كلما انخفضت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل ازدادت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعملية تغيير الاتجاه، وللعكس صحيح فكلما ازدادت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل انخفضت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعملية تغيير الاتجاه^(٢٥).

الفرضية السادسة: إن المتغيرات التى تؤدى إلى المعالجة المتحيزة للرسالة تقوم بذلك من خلال التأثير على الدافعية أو القدرة على معالجة الأفكار المرتبطة بالقضية إما بصورة إيجابية أو سلبية^(٢٦).

الفرضية السابعة: إن تغيير الاتجاه الذى ينتج عن معالجة البراهين المرتبطة بالقضية

نظريات الراى العام الفصل الرابع

(الطريق المركزى) يودى إلى ثبات الاتجاه بدرجة أكبر، وإمكانية التنبؤ من خلاله بالسلوك، كما أن الاتجاه يكون أكثر مقاومة للهجوم المضاد من تلك الاتجاهات الناتجة عن المفاتيح الهامشية^(٢٧).

منهجية قياس مستوى إعمال العقل:

يتم قياس مستوى إعمال العقل من خلال عدة طرق تتمثل فى الآتى:

- الطريقة الأولى:

وهى أبسط الطرق وتتضمن سؤال الناس بصورة مباشرة عن كم الجهود الذى بذلوه فى معالجة الرسالة أو القضية، ولكن يعيب هذا الأسلوب أن الأفراد لا يستطيعون فى كل الأحوال التعرف على العمليات العقلية التى يقومون بها.

- الطريقة الثانية:

تقوم على استخدام المقاييس النفس فسيولوجية مثل قياس تعبيرات الوجه للتمييز بين ردود الأفعال الإيجابية والسلبية تجاه الرسالة التى يتم التعرض لها. ويتميز هذا الأسلوب بأنه يستطيع قياس العمليات السيكولوجية عبر الزمن، وأقل عرضة لتأثير التصنع وعدم قدرة الأفراد على التذكر أو ذكر الأفكار التى تجول بأذهانهم.

- الطريقة الثالثة:

تقوم على استخدام تكتيك ذكر الأفكار Thought-listing Technique الذى وضعه بروك (١٩٦٧) Brock وجرينوالد (١٩٦٨) Greenwald، وفى هذه الطريقة يقوم الأفراد بذكر أفكارهم إما قبل أو أثناء أو بعد التعرض للرسالة، ويتم بعد ذلك تصنيف الأفكار إلى وحدات ذات معنى ودلالة (مثال: حجج مضادة، أفكار مرتبطة بمصدر الرسالة، وغيرها من الأفكار)، وذلك التصنيف يتم إما من قبل الأفراد أنفسهم أو محكمين مستقلين.

- الطريقة الرابعة:

تتمثل فى التحكم فى قوة الحجج والبراهين التى تقدمها للرسالة^(٢٨)، حيث إن قدرة الأفراد على التمييز بين الحجج والبراهين الإقناعية القوية والحجج والبراهين الإقناعية الضعيفة ومن ثم التأثر بالقوية منها يعبر عن مستوى مرتفع من إعمال

العقل.

متغيرات النموذج:

يصنف النموذج المتغيرات وفقاً لدورها فى عملية معالجة الرسائل، ومن ثم فى تغيير الاتجاهات على النحو الآتى:

أولاً: متغيرات مرتبطة بدافعية الفرد لمعالجة الرسالة.

ثانياً: متغيرات مرتبطة بقدرة الفرد على معالجة الرسالة.

ثالثاً: متغيرات مؤدية للمعالجة المتحيزة.

رابعاً: متغيرات ذات تأثيرات مزدوجة.

وفى ما يلى استعراض لنتائج بعض الدراسات التى تناولت متغيرات الدراسة المنبثقة عن هذا النموذج:-

(١) متغير الانغماس:

يعد مفهوم الانغماس واحداً من المفاهيم الأساسية التى تتمركز حولها الأبحاث فى مجال الإعلام والدراسات التى تتناول استخدامات وتأثيرات وسائل الإعلام^(٢٩). ويقدم نموذج ELM تفسيراً لتأثير الانغماس يتمثل فى أنه كلما ارتفع مستوى الانغماس فى القضية أصبح الفرد أكثر دافعية لمعالجة البراهين والحجج المتضمنة فى الرسالة المقدمة^(٣٠). ويلاحظ أن ارتفاع مستوى الانغماس يدعم المعالجة الموضوعية للرسالة عندما يكون لدى الأفراد قدر محدود نسبياً من المعلومات عن القضية، وكذلك عندما تكون المعلومات التى لديهم متوازنة، ولكن بشرط أن يكون اتجاههم المسبق عن القضية إما محايداً نسبياً أو ضعيفاً، بينما تصبح المعالجة متحيزة ناحية السلبية إذا ازدادت لدى الأفراد المعلومات المؤيدة لاتجاه معين وازدادت شدة هذا الاتجاه^(٣١).

وقد تعددت أهداف الدراسات التى تناولت متغير الانغماس على النحو الآتى:

- حاولت بعض الدراسات معرفة تأثير طبيعة الرسالة على الأفراد ذوى المستويات المختلفة من الانغماس، ومن هذه الدراسات:
- الدراسة التى أجراها جونسون (١٩٩٤) على ٢١١ مبحوثاً من طلاب جامعة بيرديو حيث أشارت نتائجها إلى أن الأفراد الأعلى انغماساً أكثر تأثراً بالرسائل

نظريات الراي العام الفصل الرابع

القوية حيث تصدر عنهم استجابات معرفية أكثر إيجابية كما تتأثر اتجاهاتهم بهذه الرسائل، كما وجد الباحث أن ارتفاع مستوى الانغماس يحول دون المعالجة المتحيزة بالنسبة للأفراد الذين ليست لديهم معرفة سابقة بالموضوع^(٣٢).

• الدراسة التي أجراها محمد بورسلامي (١٩٩٦) على ٢٠١ من طلاب الجامعة لإقناعهم ببعض العادات الصحية حيث أشارت النتائج إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً هم الأكثر تأثراً بالرسالة التي يتعرضون لها إذا كانت الرسالة متفقة مع اتجاهاتهم المبدئية^(٣٣).

• الدراسة التي أجراها تارانت وأوفرديفيست (١٩٩٧) Tarrant & Overdeest على عينة مكونة من ٥٠٠ مبحوثاً حيث أشارت نتائجها إلى أن الاتجاهات الإيجابية ازدادت شدة في حالة المجموعة الأكثر انغماساً والتي تعرضت لرسالة قوية^(٣٤).

وهذه النتائج إن دلت على شيء، فإنما تدل على أن قوة الرسالة وما تثيره من أفكار في ذهن المتلقي قد تكون أكثر أهمية من اتجاه الرسالة ومدى اتفاقها مع الاتجاهات المسبقة للمتلقى، وذلك في حالة الأفراد ذوي المستويات المرتفعة من الارتباط الشخصي حيث يرتفع لديهم الدافع لمعالجة الرسالة وإعمال العقل فيها.

وفيما يلي استعراض لبعض الدراسات التي توضح الطريق الذي يسلكه الأفراد ذوو المستويات المختلفة من الانغماس في معالجة المعلومات والرسائل سواء كان الطريق المركزي أو الطريق الهامشي:

• في الدراسة التي أجراها ميتزلر وزملاؤه (٢٠٠٠) Metzler على ٢٩٨ مبحوثاً في الصف التاسع الدراسي لمعرفة تأثير الرسائل الصحية التي تهدف إلى وقاية المراهقين من الأمراض الجنسية مثل الإيدز، وجد الباحثون أن المبحوثين الأقل انغماساً كانوا أكثر تأثراً بمصدقية المصدر مقارنة بقوة الرسالة أي أنهم اتبعوا الطريق الهامشي في معالجة الرسائل^(٣٥).

• ومن الدراسات التي أوضحت إمكانية تأثر الأفراد الأعلى انغماساً ببعض المفاتيح الهامشية الدراسة التي أجرتها ريدر (١٩٩٤) Rader حيث وجدت أن الموسيقى

الفصل الرابع نظريات الراي العام

بالرغم من كونها مفتاحاً هامشياً إلا أنها أثرت على اتجاهات الأفراد الأكثر انغماساً، وهذه النتيجة تدعم وجهة نظر شاينك *Chaiken* القائلة بأن اتجاهات الأفراد الأكثر انغماساً يمكن أن تتشكل من خلال بعض المفاتيح الهامشية حيث يمكن حدوث تزامن بين معالجة المفاتيح الهامشية والمفاتيح الرئيسية^(٣٦).

• وعن تأثير التعرض لرسائل تحصينية *inoculation messages* على الأفراد نوى المستويات المختلفة من الانغماس أجرى واى بينج لى (١٩٩٧) دراسة على ٦٨٧ طالباً توصل من خلالها إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً نظراً لارتفاع مستوى دافعيتهم لمعالجة الرسائل فهم لا يتأثرون بترتيب عرض الرسائل، وإنما يعملون عقولهم فى كل ما يتعرضون له^(٣٧).

• ولمعرفة تأثير اختلاف أنماط التفكير بين الثقافات المختلفة على تشكيل الاتجاهات والاستجابات المعرفية نحو الرسائل الإعلامية فى ظل اختلاف مستوى الانغماس، أجرى ديفيز (٢٠٠٠) *Davis* دراسة قارن خلالها بين تأثير الأسلوب المنطقى فى الثقافة الغربية (الولايات المتحدة الأمريكية) وتأثير الأسلوب الدىالكتيكى فى الدول الشرق آسيوية (كوريا)، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأمريكين الأكثر انغماساً كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التى قدمت عدداً أكبر من البراهين القوية كما كانت لديهم قدرات انتقادية أكبر للرسائل التى يتعرضون لها، بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة بين الأكثر والأقل انغماساً من الكوريين حيث كانوا جميعاً يميلون إلى التأثر بعدد البراهين وليس بقوتها، أى أنهم كانوا أكثر تأثراً بالمفاتيح الهامشية، كما لم يصدر عن الأفراد الأكثر انغماساً أفكار انتقادية للرسائل^(٣٨).

(٢) متغير الحاجة للمعرفة:

يعد متغير الحاجة للمعرفة من أكثر المتغيرات التى ارتبطت بنموذج احتمالية إعمال العقل حيث وضع المقياس الخاص به بيتى وكاسيوبو (١٩٨٢)، ويقصد بالحاجة للمعرفة ميل الفرد للتفكير والاستمتاع بذلك^(٣٩) وقد اهتم الباحثون بدراسته وتعددت أهداف الدراسات الخاصة به، وهذا ما يوضحه العرض التالى لبعض هذه الدراسات:

• حاولت بعض الدراسات التعرف على العلاقة بين متغير الحاجة للمعرفة وغيره

نظريات الراى العام الفصل الرابع

من الصفات، ومنها: دراسة كارتر (١٩٩٨) التى توصلت إلى أن الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة أكثر فاعلية فى المهام المرتبطة باتخاذ القرارات داخل الجماعات مقارنة بالأفراد الأقل حاجة للمعرفة، كما أنهم كانوا أكثر ميلاً للدخول فى مناقشات^(٤٠).

• دراسة ويس (٢٠٠٠) Weiss التى توصلت نتائجها إلى أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة ترتفع لديهم نسبة حدوث الأخطاء لأنهم أقل استمتاعاً بالمهام التى تتطلب مجهوداً عقلياً كبيراً^(٤١).

• وقد أجريت كثير من الدراسات للتعرف على العلاقة بين مستوى الحاجة للمعرفة والأسلوب الذى يتم اتباعه لمعالجة الرسائل التى يتم التعرض لها، ومن هذه الدراسات:

• فى دراسة لجرير (١٩٩٦) Greer استهدفت التعرف على تأثير التعرض لتقرير متابعة الانتخابات الأمريكية على اتجاهات الأفراد نوى المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة نحو المرشحين، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة لم يتأثروا على الإطلاق بهذه التقارير بينما تأثر الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة بالتقارير التى تضمنت براهين وحجج قوية^(٤٢).

• وفى دراسة ميشيلز (١٩٩٧) Michaels التى أجراها على ٣٤٤ من طلاب الجامعة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى فى مستوى الحاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً بالرسائل ذات البراهين القوية مقارنة بالرسائل التى تهتم برسم الصورة الذهنية، أما بالنسبة للأفراد الأقل فى مستوى الحاجة للمعرفة فإنهم لم يتأثروا بمدى قوة الرسائل بينما كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التى تهتم برسم الصورة الذهنية، وذلك يؤكد أن الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة يتبعون الطريق المركزى بينما الأفراد الأقل حاجة للمعرفة يعتمدون على المفاتيح الهامشية^(٤٣).

• وفى دراسة أجراها إيشتن (١٩٩٨) Estin للتعرف على تأثير الرسائل التى تتضمن أمثلة توضيحية على نوى المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى حاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً

الفصل الرابع نظريات الراى العام

بالرسائل التى تضمنت أمثلة توضيحية حيث إن هؤلاء الأفراد تزداد لديهم الدافعية لمعالجة الرسائل، وهذه الأمثلة تشبع احتياجاتهم العقلية وتمثل تحدياً بالنسبة لهم للتفكير فى حجج مضادة^(٤٤).

• وفى دراسة لماكوليامز (٢٠٠٠) McWilliams قام بتطبيقها على عينة من رجل القضاء للتعرف على تأثير المفاتيح الهامشية على الأفراد نوى المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن القضاة الأكثر حاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً بالمفاتيح الهامشية المصاحبة لسياق عرض القضية. ولكن ذلك لم يكن على حساب إعمال العقل فى البراهين والحجج، ولكنهم اعتمدوا على هذه المفاتيح كعامل مساعد فى الحكم على القضية، فدافعيتهم للمعرفة جعلتهم حريصين على الوصول لهذه المعرفة بأية وسيلة^(٤٥).

• وفى الدراسة التى أجراها هروبيس (٢٠٠١) Hrubes حول تأثير الاتصال غير اللفظى على الأفراد نوى المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن السلوك غير اللفظى للقائم بالاتصال كان بمثابة مفتاح هامشى للأفراد الأقل حاجة للمعرفة^(٤٦).

• ولكن فى الدراسة التى أجراها بيردن (٢٠٠٢) Bearden على عينة مكونة من ٣٠١ مبحوثاً من المترددين على إحدى الكنائس فى جنوب شرق الولايات المتحدة بهدف التعرف على تأثير متغير الحاجة للمعرفة على تشكيل الاتجاهات فى حالة التعرض لمواعظ دينية مصاغة بأسلوب قصصى وتتفاوت فى مدى وضوح الأهداف التى ترمى إليها، أشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين مستوى الحاجة للمعرفة والاتجاه نحو المواعظ، ويمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة الموضوع وإلى الأسلوب القصصى الذى تمت به صياغة المواعظ مما لم يستحث الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة إلى إعمال عقولهم ومن ثم إلى الاختلاف عن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة^(٤٧).

(٣) متغير الميل للجدال:

أجريت العديد من الدراسات للتعرف على العلاقة بين سمة الجدلية وتشكيل

نظريات الراى العام الفصل الرابع

الاتجاهات، ومن هذه الدراسات.

- دراسة لاندز (1988) Landis التى شارك فيها 360 مبحوثاً فى مناقشات جماعية بهدف إحداث إجماع للراى، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأفراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أقل استعداداً لتغيير آرائهم واتجاهاتهم⁽⁴⁸⁾.
- دراسة كازولياس (1992) Kozoleas التى أجراها على طلاب الجامعة للتعرف على تأثير سمة الميل للجدال على عملية تشكيل الاتجاهات وتوليد الاستجابات المعرفية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكثر مقاومة للرسائل التليفزيونية والصحفية التى تعرضوا لها، كما أن الاستجابات المعرفية الصادرة عنهم كانت أكثر سلبية تجاه هذه الرسائل⁽⁴⁹⁾.
- وقد تأكدت نتائج الدراسة السابقة فى دراسة أخرى أجراها كازولياس (1993) على 188 طالباً حيث وجد أن الطلاب الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكثر مقاومة للتغيير فى اتجاهاتهم، وأكثر قدرة على إصدار حجج وبراهين مضادة للرسائل التى يتعرضون لها⁽⁵⁰⁾.
- وفى الدراسة التى أجرتها ليكليرك (1997) Leclerc وجدت أن المبحوثين الأكثر ميلاً للجدال يلجأون إلى الجدل كوسيلة لدعم اتجاهاتهم ومعتقداتهم السابقة، مما يجعلهم أقل تأثراً بالرسائل التى يتعرضون لها مقارنة بالمبحوثين الأقل ميلاً للجدال⁽⁵¹⁾.

(4) متغير نوع الوسيلة: Modelity Variable

يحاول الباحثون فى مجال الإعلام دراسة خصائص كل وسيلة والتعرف على مزاياها النسبية بحيث يمكنهم توظيف كل وسيلة التوظيف الأمثل لها لتحقيق الأهداف الإعلامية المختلفة، وقد أجريت العديد من الدراسات للتعرف على تأثير كل وسيلة على عملية تشكيل الاتجاهات، ومن هذه الدراسات:

- الدراسة التى أجراها رولى (1997) لاختبار الفارق بين القدرة الإقناعية لكل من الصحافة والإذاعة، وتوصلت نتائجها إلى أن تقديم الرسالة من خلال الإذاعة كلن أكثر تأثيراً من تقديمها من خلال الصحافة⁽⁵²⁾.

الفصل الرابع نظريات الراى العام

• ولمعرفة تأثير استخدام الوسائط المتعددة على تشكيل الاتجاهات، أجرت جوبال (1996) دراسة على 87 من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة بين اتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لرسائل بها صوت وحركة من ناحية واتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لنصوص مكتوبة وصور ثابتة من ناحية أخرى حيث كانت اتجاهات المجموعة الأولى أكثر إيجابية نحو الموضوع الذى تم التعرض له^(٥٣).

• ولمعرفة تأثير الشكل الذى تقدم من خلاله الرسالة الإعلامية ومدى ملاءمته للقدرات العقلية للمتلقين، أجرى بيكر (1999) Bakker دراسة على 119 مبحوثاً فى سن المراهقة، وطلب منهم التعبير عن اتجاهاتهم نحو الجنس الآمن بعد تعرضهم لرسالة مقدمة فى شكل كارتون أو رسالة مكتوبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن كلتا الرسالتين لهما تأثير إيجابى على اتجاهات المراهقين، وإن كانت الرسالة المقدمة فى شكل كارتونى أكثر تأثيراً على الأفراد الأقل فى مستوى الحاجة للمعرفة بينما الرسالة المكتوبة أكثر تأثيراً على الأفراد الأعلى فى مستوى الحاجة للمعرفة مما يوضح أن الشكل الذى تقدم من خلاله الرسالة الإعلامية يكون أكثر تأثيراً إذا تناسب مع القدرات العقلية للمتلقين^(٥٤).

ثانياً: نموذج "التلقى - القبول - العينة": Reception- Acceptance Sample Model (RAS)

يحاول النموذج الجمع بين مزايا اتجاهين مختلفين فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام؛ الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التى تحدث فى الراى العام على المستوى الجمعى aggregate-level Changes والتغيرات التى تحدث فى محتوى وسائل الإعلام، وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الراى العام، أما الاتجاه الثانى فيركز على ديناميكيات تغيير الاتجاه على المستوى الفردى موضحاً اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما: التعرض للرسائل التى تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقى)، وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول)، وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران

نظريات الراى العام الفصل الرابع

بمستوى الوعي السياسى لدى الفرد^(٥٥)، كما يتناول النموذج تغيير الاتجاهات عبر فترات زمنية متعددة، ويقيس الفروق الفردية فى كل من عمليتى التلقى والقبول للرسائل الإقناعية، ويركز على التأثيرات الناتجة عن تيارات المعلومات ذات الاتجاهات المتعددة والكثافات المختلفة^(٥٦).

ويقوم نموذج زيللر على مجموعة من الافتراضات حول كيفية اكتساب المواطنين للمعلومات وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم (فى استقصاءات الراى العام)، وبذلك يكون نموذج زيللر نموذجاً لمعالجة المعلومات^(٥٧)، ويضع النموذج ثلاث خطوات رئيسية لمعالجة المعلومات تتمثل فى: تلقى الفرد للمعلومات، ثم قبوله لها (أو رفضها)، ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه يكون مرتبطاً بهذه المعلومات التى تلقاها^(٥٨).

ويهدف النموذج إلى تحليل العلاقة بين خطاب الصفوة فى وسائل الإعلام والميكانيزمات المعرفية على المستوى الفردى^(٥٩)، ويشير زيللر إلى أن الأفراد يتعرضون بصورة مستمرة لتيارات متدفقة من المعلومات والأخبار السياسية التى تحاول معظمها جذب الراى العام فى اتجاه معين، ونتيجة لانخفاض مستويات الانتباه للسياسة والشئون العامة فإن معظم الأفراد يتلقون الأفكار المتعلقة بمعظم القضايا دون إخضاعها للنقد مما يترتب عليه امتلاء أذهانهم بمخزون كبير من الأفكار والمناقشات والاعتبارات غير المتمسقة نسبياً، وبالتالي عندما يتم سؤالهم فى استقصاءات الراى العام فإنهم يسترجعون كما كبيراً من هذه الأفكار المتاحة فى ذاكراتهم ويستخدمونها للاختيار من بين البدائل التى تقدم لهم فى استمارات الاستقصاء ولكن بما أن هذه الاختيارات تتم بسرعة كبيرة فإنها تعتمد على اعتبار أو اعتبارين فقط مما يصدف وجوده فى مقدمة أذهانهم وقت الإجابة على أسئلة الاستقصاء^(٦٠).

متغيرات النموذج:

(أ) متغيرات خاصة بالمتلقى:

يتناول النموذج تأثير متغيرات مثل: الوعي السياسى، وتوجهات الفرد السياسية مثل انتمائه الحزبى والأيدىولوجى، كما يتناول تأثير بعض السمات الشخصية مثل:

الفصل الرابع نظريات الراى العام

تقدير الذات والسلطوية والقلق والذكاء، ومتغيرات ديموغرافية مثل: مستوى التعليم والسن والنوع والمستوى الاجتماعى الاقتصادى.

(ب) متغيرات خاصة بالرسالة مثل:

١. كثافة (انتشار) الرسالة **Message Intersity**: وتعنى قدرة الرسالة الإقناعية

على اختراق وعى أفراد الجمهور، ويتحدد هذا المتغير بناء على حجم التغطية التى تحظى بها الرسالة فى التلفزيون، ومدى احتلالها للصفحات الأولى فى الصحف، كما يتحدد بالإضافة إلى ذلك بناء على مدى اهتمام الأفراد بالرسالة (القضية) ^(١١)، وبناء على درجة حيويتها وسهولة فهمها ^(١٢).

٢. مألوفية القضية **Issue Familiarity**: ويقصد بها مدى معرفة أفراد الجمهور

بالقضية التى تتناولها الرسالة ^(١٣).

مراحل النموذج: يتضح من النموذج أن عملية تغيير الاتجاه تمر بثلاث مراحل؛

المرحلة الأولى: هى تلقى الرسائل الإعلامية، والمرحلة الثانية هى قبول (أو

عدم قبول) هذه الرسائل، ومن ثم يحدث تغيير الاتجاه أو ثباته وهى المرحلة

الثالثة، وفيما يلى توضيح هذه المراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة التلقى: وتشتمل على متغيرى التعرض والفهم، وعلى الرغم

من قدرة العمليات الانتقائية على الحيلولة دون حدوث تأثير للرسائل الإعلامية

فإن تلك العمليات لا يمكن أن تحدث على مستوى واسع فى حالة انتشار الأفكار

السياسية المهمة، وبالتالي لا تمثل خطورة على الفكرة التى يقوم عليها نموذج

"التلقى - القبول - العينة"، وذلك للأسباب الآتية:

١. يعتمد معظم الأفراد - فى الحصول على معلوماتهم - على التعرض للعديد من

المصادر، وتتمثل غالبية هذه المصادر فى وسائل الإعلام العامة فى المجتمع

والتي تتمتع بانتشار واسع.

٢. يتطلب التلقى الانتقائى مستوى معيناً من اليقظة والحذر. لا تتوافر لدى معظم

المواطنين الذين يتسمون باللامبالاة نحو الشؤون العامة.

٣. إن الأحداث المهمة التى تجذب الباحثين لإجراء الاستطلاعات حولها تتسم باتساع

نظريات الراى العام الفصل الرابع

النطاق والاستمرارية بحيث إن الأفراد الذين يولون حداً أدنى من الاهتمام للشئون العامة لا يحتمل أن يظنوا جاهلين بها حتى لو لم يكونوا متابعين لكل ما يستجد من تفاصيل.

المرحلة الثانية: مرحلة القبول (أو عدم القبول) وهى تتبع وتترتب على المرحلة الأولى بما فيها من تعرض وفهم، فالقبول يحدث إذا تم التعرض والفهم للرسائل الإعلامية.. ولكن أحياناً تحدث مقاومة للرسائل الإقناعية فى حالة التعرض لكلى من الرسائل السائدة والمضادة، وهذه المقاومة تأخذ ثلاثة أشكال:

١- المقاومة الموالية Partisan Resistance: حيث يرفض الأفراد رسائل لتعارضها مع ميولهم وتوجهاتهم السياسية.

٢- المقاومة الذاتية Inertial Resistance: يمتلك الأفراد نوى مستويات المعرفة المرتفعة مخزوناً كبيراً من الاعتبارات، وبالتالي فإن قبول أى رسالة جديدة يتأثر بالاعتبارات المخترنة من قبل.

٣- المقاومة المضادة Countervalent Resistance: تحدث هذه المقاومة إذا استوعب الأفراد رسائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها^(٦٤).

المرحلة الثالثة: إن تغيير الاتجاه - وفق هذا النموذج - هو تغيير فى ميزان الاعتبارات الإيجابية والسلبية المتعلقة بقضية ما، وبناء على ذلك تتغير اتجاهات الراى العام نحو القضايا العامة استجابة للتغيرات التى تحدث فى الكثافة النسبية للرسائل السياسية المتعارضة^(٦٥).

وهناك نوعان من تغيير الاتجاه، وهما: التحول والتلاشى Conversion Decay، فإذا تلقى الشخص رسالة معارضة وتقبلها ولم يتقبل رسالة مؤيدة، فإن الشخص يتحول إلى الاتجاه المعارض (تحول)، أما إذا لم يتقبل الشخص أية رسائل فى فترة معينة أو تقبل رسائل مؤيدة ورسائل معارضة، فإن الاتجاه المبدئى للشخص يتلاشى ولا يصبح لديه اتجاه محدد نحو القضية^(٦٦).

المفاهيم الأساسية فى النموذج:

• الاعتبارات Considerations: هى الأسباب أو المبررات التى تدفع بالفرد إلى

الفصل الرابع **نظريات الراى العام**

تفضيل أحد جوانب قضية ما^(٦٧)، أو هى الأسباب والمبررات التى يحكم الفرد بمقتضاها على قضية ما، وهذه الاعتبارات تجمع بين النواحي المعرفية والوجدانية^(٦٨).

• الرسائل المفتاح Cueing Messages: هى المعلومات السياقية Contextual Information المتضمنة فى أحاديث الصفوة عن التوجهات الأيديولوجية والحزبية للرسالة الإقناعية^(٦٩)، وهى التى توضح لأفراد الجمهور مدى ارتباط ما يتعرضون له بجماعات سياسية مختلفة، وأى الجماعات هى التى تؤيد هذه المعلومات وأيها التى تعارضها^(٧٠)، مع ملاحظة أن الأفراد الأكثر قدرة على القيام بذلك هم الأكثر معرفة سياسية حيث يوجد ارتباط قوى بين مستوى المعرفة السياسية ومدى الوعى بهذه المفاتيح^(٧١).

بيئة المعلومات Information Environment:

يشير مصطلح "المعلومات" Information كما يستخدمه زيلر فى هذا النموذج إلى المعلومات السياسية المتدفقة فى وسائل الإعلام وتشمل التقارير الإخبارية والتعليقات والمفاتيح المتضمنة فى خطاب الصفوة^(٧٢).

وتحدد بيئة المعلومات طبيعة التأثير الذى تحدثه وسائل الإعلام، وقد فرق جون زيلر بين نوعين من البيئات المعلوماتية أحدهما يتضمن رسائل أحادية الاتجاه، والثانى يتضمن رسائل مختلفة الاتجاه ولا يشترط أن يكون كل اتجاه مساوياً للآخر فى القوة^(٧٣)، وعادة فإن الرسائل المتصارعة والمتعددة تحد من تأثير بعضها البعض^(٧٤)، ويترتب عليها صعوبة فى وصول هذه الرسائل إلى المتلقين على عكس البيئة المعلوماتية الأكثر بساطة وشفاء والتي تقتصر على الرسائل أحادية الاتجاه التى يسهل وصولها للمتلقين^(٧٥).

الرسالة المسيطرة: Dominant Messages

هى الرسالة الأكثر كثافة خلال فترة تغيير الاتجاه، أما الرسالة الأقل كثافة فتعرف بالرسالة المضادة Countervailing Message^(٧٦)، وعندما تكون القضية قضية اتجاه سائد Mainstream Issue أى يجتمع حولها الصفوة فى وسائل الإعلام على

نظريات الراى العام الفصل الرابع

اتجاه واحد فإن إجابات الجمهور فى استطلاعات الراى لا تكون مبنية على اعتبارات أيديولوجية وبالتالي يكون الأثراد الأكثر وعياً هم الأكثر تعبيراً عن هذا الإجماع، وعندما تكون القضية قضية استقطاب Polarization Issue أى يختلف حولها الصفوة حسب أيديولوجياتهم أو توجهاتهم الحزبية فإن استجابات الجمهور ستكون مبنية على أيديولوجياتهم أيضاً، وخصوصاً بين الأفراد الأكثر وعياً سياسياً^(٧٧).

المتغيرات الأساسية على المستوى الفردي:

• الوعى السياسى Political Awareness: يشير الوعى السياسى إلى درجة انتباه الفرد للشئون السياسية ومدى فهمه لها^(٧٨)، أى أن الوعى السياسى هو الارتباط العقلى بالسياسة^(٧٩).

• والأفراد الأعلى فى مستوى الوعى السياسى هم الذين يستطيعون تقديم إجابات صحيحة على مجموعة متنوعة من أسئلة المعلومات الواقعية البسيطة، والأفراد الأدنى فى مستوى الوعى السياسى هم الذين لا يستطيعون الإجابة على هذه الأسئلة^(٨٠).

• منهجية قياس الوعى السياسى: يفضل زيللر الاعتماد على مقاييس بسيطة حول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشئون السياسية، وتتمثل هذه الأسباب فى كون مقاييس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان الناس والذي يكون مؤثراً بدوره فى تحديد مدى ارتباطهم العقلى بالسياسة^(٨١).

• متغير الميول السياسية: يرى زيللر (١٩٩٢) أنه إذا كان مستوى المعرفة السياسية لدى الفرد هو الذى يحدد مدى تلقيه للمعلومات، فإن الميول السياسية هى العامل الحاسم فى تحديد درجة قبول الفرد لما يتلقاه من رسائل... فالفرد يميل إلى مقاومة الرسائل غير المتسقة مع ميوله بشرط أن تتوافر لديه المعلومات السياقية التى تمكنه من تقييم هذه الرسائل فى ضوء ميوله^(٨٢).

ومن الأمثلة الواضحة على دور الميول السياسية فى تشكيل الاتجاهات نجد دور الانتماء الحزبى (باعتباره أحد أهم محددات الميول السياسية) واضحاً فى معالجة المعلومات، فالأفراد المستقلون (غير المنتمين لأحزاب) يعالجون المعلومات بأسلوب

الفصل الرابع نظريات الراى العام

مختلف عن الأفراد نوى الانتماءات الحزبية القوية الذين لديهم إطار واضح وقوى يقيمون من خلاله الرسائل التى يتعرضون لها ويقبلون فقط الرسائل المؤيدة لمنظورهم السياسى ويرفضون كل ماعداها، بينما الأفراد الذين يفتقرون إلى مثل هذا الإطار أى يفتقرون إلى ما يطلق عليه الشاشة الإدراكية **Perceptual Screen** - وهم الأفراد غير المنتمين حزبياً - فإنهم يتلقون عدداً أكبر من الرسائل الحزبية المتنوعة، وفى هذا الصدد أثبتت نتائج العديد من الدراسات أن المستقلين هم الأكثر قابلية للتأثر بوسائل الإعلام من المنتمين حزبياً^(٨٣).

الصفوة ودورها فى تشكيل الراى العام:-

يعد تناول أفراد الصفوة للقضايا المثيرة للجدل فى وسائل الإعلام هو المحرك الأساسى للراى العام مما يجعله عاملاً مؤثراً فى عملية صنع السياسة، أما تناول أفراد الصفوة لهذه القضايا على نطاق محدود فيما بينهم فإنه لا يجعل أفراد الجمهور العام على تربية بهذه القضايا^(٨٤)، وهذا ما أكده بيج وشابيرو وديمبسى (١٩٨٧) **Page, Shapiro & Dempsey** حيث أشاروا إلى أن أقوى محرك للراى العام يتمثل فى التحليلات والتعليقات الإخبارية التى يقدمها كبار الإعلاميين والخبراء حيث ترتفع درجة مصداقيتهم لدى أفراد الجمهور العام حيث يدركون أنهم يتمتعون بمستوى مرتفع من المعرفة والخبرة وعدم التحيز الحزبى^(٨٥).

وعندما يتبنى الصفوة صورة واضحة لما ينبغى أن يكون فإن الجمهور العام - وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة - يميل إلى رؤية الأحداث من خلال وجهة نظر هؤلاء الصفوة كما يميل إلى تبني مواقفهم، وعندما تنقسم الصفوة (حول موضوع ما) فإن الجمهور العام يميل إلى اتباع الصفوة الذين يشاركونهم أيديولوجياتهم العامة وتوجهاتهم الحزبية - وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة حيث يكونون بمثابة المرآة التى تعكس بشدة الانقسامات الأيديولوجية بين الصفوة^(٨٦)، وبالتالي فإن التغيير فى اتجاهات الجمهور العام يعكس التغيير فى اتجاهات الصفوة، ويتم ذلك من خلال التعرض لأحاديث ومقالات الصفوة الذى من شأنه أن يودى إلى دعم الأفكار التى يتناولونها^(٨٧).

نظريات الراى العام الفصل الرابع

ومن ذلك يتضح أن الراى العام قد يتشكل أحياناً نتيجة لتدفق رسائل الصفوة ذات الاتجاه الواحد المتناغم، ولكنه فى الغالب يتشكل نتيجة لفيض من الرسائل المتصارعة، والتي قد يكون بعضها أشد كثافة، أو قد يكون أسهل فى التعلم من الرسائل الأخرى^(٨٨)، وبمجرد أن يتم تمثيل أفكار الصفوة فإنها يمكن أن يكون لها تأثيرات مهمة على مدى للقابلية لمزيد من التأثير بالصفوة^(٨٩)، ويزداد تأثير الصفوة فى الموضوعات التى يتم الاتفاق حولها، وهى الموضوعات ذات الأهمية القومية والتى تترتب عليها نتائج على درجة عالية من الخطورة بالنسبة للبلاد^(٩٠).

وفى حالة القضايا التى تثير صراعاً فى المبادئ الأساسية لدى الجمهور العام، فإن الصفوة قد يقومون بمحاولة إبراز هذا الصراع والتركيز عليه، أو يحاولون الحد منه وذلك ليتمكنوا من إحداث التأثير المرجو^(٩١).

وفىما يلى استعراض لبعض الدراسات التى تناولت المتغيرات الأساسية فى

النموذج:

(١) متغير التلقى:-

• أجرى ميفرت وشروت (١٩٩٦) Meffert & Schrott دراسة مسحية للتعرف على العلاقة بين معدل تلقى الجمهور العام فى ألمانيا للتغطية الإخبارية التليفزيونية الخاصة بالانتخابات الرئاسية لعام ١٩٩٠ واتجاهاتهم نحو المرشحين للرئاسة، وقد توصل الباحثان إلى وجود تأثيرات ذات دلالة للتغطية الإخبارية التليفزيونية على اتجاهات الجمهور نحو المرشحين، وقد اختلفت هذه التأثيرات ما بين المرحلة الأولى فى شهرى مايو ويونيو ١٩٩٠ حيث كانت تأثيرات وسائل الإعلام قوية بسبب البيئة المعلوماتية الديناميكية التى خلقتها التطورات السريعة فى الأحداث المرتبطة بقضية الوحدة بين الألمانيتين، والمرحلة الثانية فى شهرى أكتوبر ونوفمبر حيث ضعفت تأثيرات وسائل الإعلام لأن الساحة السياسية كانت تتسم بالركود والتجمد^(٩٢).

• أجرى كل من دالتون وبيك وهاكفيلدت (١٩٩٨) Dalton, Beck & Huckfeldt دراسة مسحية للتعرف على العلاقة بين معدل تلقى التغطية الإعلامية المتعلقة

الفصل الرابع نظريات الرأى العام

بحملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٩٢ واتجاهات الجمهور نحو هذه التغطية، وقد أكدت نتائج الدراسة فرضية التلقى لزيلرر حيث إن الأفراد الأقل تعرضاً للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية كانوا أقل قدرة على تمييز التوجهات السياسية الحقيقية للرسائل المقدمة، وازدادت هذه القدرة قليلاً لدى الأفراد الأكثر تعرضاً، بينما كان الأفراد ذوو المعدلات المتوسطة من التعرض والاهتمام بالحملة هم الأكثر دقة وقدرة على تمييز التوجهات الحقيقية للحملة الانتخابية، كما أوضحت النتائج أن البيئة المعلوماتية متعددة الرسائل والاتجاهات تنخفض قدرتها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجاه (ذات الاتجاه السائد) (١٣).

• أجرى باتزر وماركويتز (٢٠٠٠) Butzer & Marquitz دراسة استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأى للعام السويسرى فى الفترات الانتخابية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير للحملات الانتخابية فى وسائل الإعلام على اتجاهات الناخبين ومن ثم على قراراتهم الانتخابية من خلال مرحلتين، وهما: التلقى والقبول للرسائل الإعلامية (١٤).

• أجرى شميت - بيك (٢٠٠١) Schmitt- Beck دراسة مسحية مقارنة فى أربع دول ذات نظم ديموقراطية مختلفة وهى الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وإسبانيا للتعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتلقى الرسائل ذات التوجهات السياسية الواضحة من ناحية وتشكيل الاتجاهات السياسية والقرارات الانتخابية من ناحية أخرى، وقد توصلت الدراسة إلى أن تلقى رسائل وسائل الإعلام فى هذه الدول الأربعة كان له تأثير قوى ومباشر على اتجاهات الجمهور وقراراته الانتخابية (١٥).

(٢) متغير الوعى السياسى:-

• توصلت دراسة أوكورو (١٩٩٦) Okoro التى أجراها على عينة من المهاجرين من نيجيريا للولايات المتحدة إلى أن هناك ارتباطاً طردياً بين مستوى الوعى السياسى ومدى التأثير ببرامج التنشئة السياسية (١٦).

• وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة المقارنة التى أجراها فينكل (٢٠٠٠) Finkel

نظريات الرأي العام **الفصل الرابع**

لمعرفة تأثير التعرض لبرامج التنشئة السياسية على اتجاهات الأفراد ذوى المستويات المختلفة من الوعي السياسى نحو الأقليات فى كل من جمهورية الدومينيك **Dominican Republic** وجنوب أفريقيا، وقد توصلت للدراسة إلى نتائج مختلفة فى كل من البلدين، فبالنسبة لجمهورية الدومينيك أخذت للعلاقة شكل المنحنى حيث كان مستوى التأثير منخفضاً لدى الأفراد منخفضى الوعي السياسى ثم ارتفع لدى الأفراد متوسطى الوعي السياسى ثم عاد إلى الانخفاض لدى الأفراد مرتفعى الوعي السياسى، وهذه النتيجة تتفق مع ما يشير إليه نموذج "التلقى - القبول - العينة"، أما بالنسبة للنتائج الخاصة بجنوب أفريقيا فقد وجد أن هناك علاقة طردية بين الوعي السياسى وتغيير الاتجاهات، ويرجع الباحث اختلاف النتائج بين البلدين إلى زيادة نسبة الأفراد مرتفعى الوعي السياسى فى جمهورية الدومينيك مقارنة بجنوب أفريقيا، وارتفاع نسبة الأفراد الذين سبق لهم تلقى مثل هذه البرامج مما يجعل اتجاهاتهم تتسم بدرجة أكبر من الثبات^(٩٧).

- أجرى كل من جويدل وشيلدرز وبيفلى (١٩٩٧) **Goidel, Shields & Peffly** دراسة مسحية تتبعية للتعرف على تأثير التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية فى الولايات المتحدة لعام ١٩٩٢ على اتجاهات الجمهور نحو المرشحين للرئاسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد ذوى المستوى المتوسط من الوعي السياسى هم الأكثر تأثراً بالتغطية الإعلامية التى ركزت على الأحوال الاقتصادية السيئة، أما الأفراد الأقل وعياً سياسياً فكانوا أكثر تقاؤلاً بخصوص الأوضاع الاقتصادية وأكثر مقاومة للرسائل السلبية عن الأحوال الاقتصادية^(٩٨).
- فى الدراسة التى قام بها باوليك وكاتز (١٩٩٨) **Powlick & Katz** للتعرف على دور التغطية الإعلامية فى تشكيل اتجاهات الجمهور الأمريكى نحو الحرب الفيتنامية من خلال تحليل نتائج استطلاعات الرأى العام فى تلك الفترة التاريخية، وجد الباحثان أنه عندما كان تأييد سياسة الحكومة بالنسبة للحرب هو الاتجاه السائد فى تغطية وسائل الإعلام فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً كانوا هم الأكثر تأييداً لهذه السياسة، بينما انخفض ذلك التأييد بين الأفراد الأقل وعياً سياسياً^(٩٩).

(٣) متغير الانتماء الحزبى:-

- فى الدراسة التى اجراها ميغرت وشروت (١٩٩٦) Meffert & Schrott أشارت النتائج إلى أن متغير الانتماء الحزبى لعب دوراً مهماً فى تحديد مدى التأثير بهذه التغطية فى تقييم أداء المرشحين والحكومة، وكذلك بالنسبة لتشكيل الاتجاهات نحو القضيتين الرئيسيتين فى هذه الحملة، وهما قضية الوحدة وقضية الأوضاع الاقتصادية^(١٠٠).
- وفى الدراسة التى اجراها جويدل وشيلدرز وبيفلى (١٩٩٧) أشارت النتائج إلى أن الديمقراطيين نوى المستوى المرتفع من الوعى السياسى كانت اتجاهاتهم سلبية نحو الأوضاع الاقتصادية تأثراً بتغطية وسائل الإعلام لاتفاقها مع توجهاتهم السياسية، وكذلك كانت اتجاهات المستقلين نوى المستوى المرتفع من الوعى السياسى، أما المحافظون فكانوا - على العكس من الديمقراطيين والمستقلين - معارضين للتغطية الإعلامية للأوضاع الاقتصادية على اختلاف مستوى الوعى السياسى لديهم^(١٠١).
- فى الدراسة التحليلية التى اجراها لى (١٩٩٨) Lee معتمداً على نتائج استقصاءات الراى العام بهدف التعرف على العوامل المؤثرة على تشكيل اتجاهات الراى العام الأمريكى نحو بعض القضايا العرقية مثل التمييز العنصرى فى المدارس وتوفير المسكن والعمل للسود فى الفترة من ١٩٥٦ إلى ١٩٦٤، توصل الباحث إلى أنه كلما زادت شدة الانتماءات الحزبية كانت الاتجاهات نحو هذه القضايا أكثر ثباتاً خلال هذه الفترة الزمنية^(١٠٢).
- فى الدراسة التحليلية التى اجراها زيلر (١٩٩٩) Zaller على اتجاهات الراى العام الأمريكى نحو بعض الرؤساء الأمريكيين الذين تورطوا فى فضائح أخلاقية مثل نيكسون الذى تورط فى فضيحة ووترجيت Watergate وكلينتون الذى تورط فى فضيحة لوينسكى Lewinsky، وجد الباحث أن هناك اختلافاً بين اتجاهات الديمقراطيين واتجاهات الجمهوريين نحو هذين الرئيسين، فالجمهوريون يلتزمون الأعذار لنيكسون الذى ينتمى للحزب الجمهورى بينما يريدون معاقبة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

كلينتون الذى ينتمى للحزب الديموقراطى، وعلى العكس من ذلك كان الديموقراطيون^(١٠٣).

• فى الدراسة التى اجراها كل من ساتزر وماركويتز (Butzer & Marquitz ٢٠٠٠) لمعرفة العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات الراى العام السويسرى فى الفترات الانتخابية، أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الوعى السياسى وتأييد سياسة الحكومة بين الأفراد المنتمين للأحزاب اليسارية، وذلك لأن الأفراد الأعلى فى مستوى الوعى السياسى يتلقون بصورة أفضل الرسائل المفتاحية التى تقدمها وسائل الإعلام مما يمكنهم من إدراك أن سياسات الحكومة تتعارض مع توجهاتهم السياسية، بينما المنتمون للأحزاب اليمينية المتطرفة يزداد تأييدهم لسياسات الحكومة بارتفاع مستوى الوعى السياسى لديهم حيث يمكنهم هذا الوعى من إدراك مدى اتفاق هذه السياسات مع توجهاتهم السياسية، وذلك يوضح أن الفجوة بين الأحزاب تزداد لدى الأفراد مرتفعى الوعى السياسى، أما الأفراد غير المنتمين لأحزاب فإنهم يتخذون موقفاً وسطاً بين الأحزاب اليسارية والأحزاب اليمينية^(١٠٤).

• وفى الدراسة المقارنة التى اجراها شميت - بيك (Schmitt - Beck ٢٠٠١) فى كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وإسبانيا للتعرف على دور وسائل الإعلام فى تشكيل الاتجاهات السياسية والقرارات الانتخابية، توصل الباحث إلى أن الانتماء الحزبى يقوم بوظيفة المرشح Filter لدور وسائل الإعلام، فالرسائل التى لا تتفق مع الانتماءات الحزبية للفرد يتم رفضها^(١٠٥).

(٤) متغير مألوفية القضية: Issue Familiarity Variable

حاول الباحثون التعرف على تأثير مستوى مألوفية القضية على اتجاهات أفراد الجمهور نحوها، وقد اختلفت نتائج الدراسة حول تأثير هذا المتغير على النحو الآتى:
وجدت بعض الدراسات أن مستوى مألوفية القضية يؤثر على اتجاهات المبحوثين نحو الموضوعات المختلفة، وهذا التأثير إما أن يكون موضوعياً أو متحيزاً، ومن هذه الدراسات:-

الفصل الرابع نظريات الراى العام

• الدراسة التى أجراها ميلبورن (1992) Milbourne على طلاب السنة النهائية فى التعليم العام، واستهدفت التعرف على اتجاهات هؤلاء الطلاب نحو بعض الموضوعات المتعلقة بالدراسة، فقد توصل الباحث إلى أن مستوى مألوفية القضية أدى إلى تحيز الطلاب لأن اتجاهاتهم المسبقة نحو هذه الموضوعات لم تكن إيجابية أى أن مستوى مألوفيتهم بالموضوعات مكنهم من التفكير فى حجج مضادة لما اعتبروه رسالة غير متسقة مع اتجاهاتهم^(١٠٦).

• الدراسة التى أجراها نابى (1998) Nabi حيث وجد الباحث أن القصص الإخبارية التى تعرض لها المبحوثون بخصوص الأعمال الإرهابية أحدثت تأثيرات متفاوتة على اتجاهات الأفراد على عكس القصص الإخبارية التى تعرض لها المبحوثون بخصوص جرائم الأحداث حيث لم تحدث هذه التأثيرات المتفاوتة على الاتجاهات، وقد أرجع الباحث ذلك إلى اختلاف مستوى مألوفية القضيتين لدى المبحوثين فارتفاع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدي إلى زيادة قدرته على تلقي الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثير بها والذي تمثل فى إثارة مشاعر الغضب والخوف، وبما أن القضية الأولى (الأعمال الإرهابية) أكثر مألوفية لدى المبحوثين فقد كانوا أكثر غضباً وخوفاً عند تعرضهم لها^(١٠٧).

وتوجد بعض الدراسات التى لم تصل نتائجها لوجود تأثير لمستوى مألوفية القضية على اتجاهات أفراد الجمهور نحو الموضوعات المختلفة، ومنها:-

• الدراسة التى أجراها ألفاربه وبريم (1995) Alvarez & Brehm حيث قام الباحثان بقياس مستوى المألوفية من خلال التقارير الذاتية التى قدمها المبحوثون عن مستوى معلوماتهم المتعلقة بالإجهاض، ووجدوا أنه لا توجد علاقة بين مستوى مألوفية القضية ووجود اتجاهات محددة نحوها، ويرجع الباحثان ذلك إلى أن 94% من المبحوثين كانت لديهم اتجاهات متعارضة نحو القضية حيث ذكروا - فى الوقت ذاته - سبباً مؤيداً وسبباً معارضاً، أى أنهم كانوا يعانون من التآرجح، وبالتالي فزيادة المعلومات لن تستطيع علاج هذه المشكلة (التآرجح)^(١٠٨)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى اعتماد الدراسة على التقارير الذاتية للمبحوثين لمعرفة

نظريات الراى العام ===== الفصل الرابع

مستوى المألوفية وليس على مقاييس موضوعية.

- الدراسة التى أجراها تشين (١٩٩٧) Chen للتعرف على تأثير مستوى مألوفية القضية على اتجاهات المبحوثين نحو الرسائل الإقناعية المتعارضة مع اتجاهاتهم المبدئية، حيث توصلت الدراسة إلى أن مستوى مألوفية القضية لا يؤثر على اتجاهات المبحوثين إذا كانت لديهم درجة عالية من الانغماس فى القضية^(١٠٩).

المبحث الثامن

الإطار التطبيقي للدراسة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، والدراسات السابقة التى تم عرضها، تحاول الدراسة التعرف على مدى قدرة وسائل الإعلام وبالتحديد التلفزيون والصحافة باتجاهاتها المختلفة على تشكيل اتجاهات الراى العام نحو بعض القضايا العامة التى تشغل اهتمام وسائل الإعلام والجمهور، والتعرف على مدى قدرة هذه الوسائل على إيجاد اتجاه سائد لدى الجمهور نحو تلك القضايا، أو خلق استقطابات نتيجة لتعدد التيارات التى تعبر عنها وسائل الإعلام فى تغطيتها للقضايا، كما تحاول الدراسة التعرف على مدى التشابه والاختلاف بين أساليب التغطية فى كل وسيلة، وعن التأثيرات المحتملة لها على أفراد الجمهور باختلاف مستويات الوعى السياسى لديهم، واختلاف توجهاتهم السياسية وسماتهم الشخصية، ودرجة ارتباطهم بالقضايا المختلفة، وباختلاف خصائصهم الديموغرافية.

فروض الدراسة:

وفقاً لنموذجى "التلقى - القبول - العينة" و "إحتمالية إعمال العقل"، وبالرجوع للدراسات السابقة، فإن الدراسة تسعى إلى اختبار الفروض العشر الآتية:

الفرض الأول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه نحو كلتا القضيتين موضع الدراسة (كل قضية على حدة).

الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتلفزيون وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشدة الاتجاه

الفصل الرابع نظريات الراى العام

الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية (التطبيق الأول).

الفرض الثانى:

يؤثر مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض السادس:

تؤثر سمات الشخصية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتى:

- (أ) يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.
- (ب) يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.
- (ج) يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

نظريات الراى العام الفصل الرابع

(د) يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها للمبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض التاسع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتى:

(أ) يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ب) يؤثر السن على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ج) يؤثر النوع على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض العاشر^(٥):

يؤثر متغير الانتماء الحزبى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل

(٥) تم اختبار هذا الفرض فى التطبيق الأول فقط لأن قضية المقاطعة (فى التطبيق الثانى) كانت قضية اتجاه سائد أى يجتمع حولها الصفوة - من حيث المبدأ - باختلاف توجهاتهم السياسية، وبالتالى لا يكون للانتماء الحزبى تأثير واضح فيها، وذلك على عكس قانون التعريف الجمركية الجديدة الذى انقسمت حوله الصفوة حسب توجهاتهم الحزبية، وهو ما سيظهر فى نتائج تحليل المضمون.

الفصل الرابع نظريات الراي العام

الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية.
نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص المعالجة التليفزيونية والصحفية لبعض القضايا العامة، ودراسة مدى قدرة هذه المعالجة على تشكيل الاتجاهات نحو تلك القضايا، واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة حيث ندرس العلاقة بين حجم التعرض للرسائل الإعلامية التي تناولت القضايا محل التطبيق من ناحية والاتجاه نحو هذه القضايا من ناحية أخرى، وتأثير بعض المتغيرات الوسيطة على هذه العلاقة مثل: مستوى الانغماس في القضية، ومستوى الوعي السياسي والانتماء الحزبي، وبعض السمات الشخصية مثل: الحاجة للمعرفة وتقدير الذات والسلطوية والميل للجدال، وبعض المتغيرات الديموغرافية مثل: التعليم والسن والنوع.

المناهج البحثية التي اعتمدت عليها الدراسة:

١- المنهج المقارن:

للمقارنة بين التغطية التليفزيونية والتغطية الصحفية للقومية والحزبية لكل قضية، والمقارنة على مستوى عينة الجمهور من خلال إظهار أوجه التشابه والاختلاف في ضوء المتغيرات الوسيطة سواء كانت متغيرات ديموغرافية أو سمات شخصية أو متغيرات سياسية.

٢- منهج المسح:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة وذلك من خلال الجمع بين:

(أ) مسح المضمون: بهدف التعرف على خصائص التغطية التليفزيونية والصحفية باتجاهاتها المختلفة لكل قضية.

(ب) مسح الجمهور: بهدف التعرف على مدى تأثيره بالتغطية الإعلامية لكل قضية.

وقد اتبعت الباحثة الخطوات الآتية في التطبيق:

نظريات الراى العام الفصل الرابع

(١) المتابعة المتعمقة لكل القضايا العامة التى تم تغطيتها، وشغلت وسائل الإعلام والراى العام خلال النصف الأول من عام ٢٠٠٢ (من أول يناير حتى آخر يونيو)، وذلك لاختيار القضايا التى يمكن تطبيق الدراسة عليها.

وقد وضعت الباحثة - وفقاً للإطار النظرى للدراسة - بعض الشروط التى يجب توافرها فى القضايا التى يتم اختيارها للتطبيق، وهى:

- (أ) أن تكون القضايا ذات أهمية بالنسبة لغالبية أفراد المجتمع.
- (ب) أن تشغل هذه القضايا مساحة زمنية كبيرة فى التلفزيون، ومساحة مكانية كبيرة فى الصحافة، وأن تتنوع القوالب والأشكال الفنية التى يتم تغطيتها وتقديمها من خلالها.
- (ج) أن تكون تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا مستمرة لفترة زمنية كافية لتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.
- (د) أن تكون القضايا محل خلاف وجدل بين أفراد الجمهور.
- (هـ) أن تعكس وسائل الإعلام هذا الخلاف وذلك الجدل، وأن تقوم بعرض الاتجاهات المختلفة نحو القضية.
- (و) أن تكون لكل وسيلة وجهة نظر معينة تغلب عليها وتحاول إقناع الجمهور بها عند عرضها لهذه القضايا.

• وقد توافرت هذه الشروط فى القضيتين اللتين اتخذتهما الدراسة هدفاً للتطبيق وهما:-

١. قانون التعريف الجمركية الجديدة الذى صدر فى الأول من يناير ٢٠٠٢، وقد نص القانون على تخفيض التعريف على خامات ومستلزمات الإنتاج الرئيسية، وفرض ضريبة قطعية مانعة على الملابس للجاهزة. وقد أثار القانون كثيراً من الجدل الذى انعكس بدوره على تغطية وسائل الإعلام.

٢. قضية المقاطعة: وهى القضية التى شغلت وسائل الإعلام والراى العام خلال شهرى أبريل ومايو وأوائل يونيو ٢٠٠٢، وذلك إثر تصاعد العدوان الإسرائيلى

الفصل الرابع نظريات الراى العام

على الأراضى الفلسطينية فى أواخر شهر مارس ٢٠٠٢.

(٢) وبعد أن تم اختيار كل قضية، تم عمل تحليل مضمون مبدئى للتعرف على للتوجهات العامة للرسائل الإعلامية بخصوص كل قضية.

(٣) تم إجراء مسح الجمهور بعد انحسار التغطية الإعلامية لكل قضية مباشرة حتى تكون القضية حاضرة فى أذهان الجمهور.

(٤) بعد إجراء مسح للجمهور تم عمل تحليل المضمون التفصيلى للتعرف على خصائص التغطية التليفزيونية والصحفية لكل قضية، والمقارنة بين تغطية القضيتين، وربط ذلك بنتائج مسح الجمهور.

اساليب وادوات الدراسة:

١. تحليل المضمون: تم تصميم أربع استمارات لتحليل المضمون بواقع استمارتين فى كل تطبيق، إحداهما لتحليل المضمون الصحفى، والأخرى لتحليل المضمون التليفزيونى.

• اختبارا الصدق والثبات لاستمارات تحليل المضمون.

أ- تم قياس الصدق باتباع الخطوتين الآتيتين:

١- تحديد الفئات تحديداً جامعاً مانعاً، ووضع تعريفات دقيقة لها.

٢- إجراء اختبار قبلى على ١٠% من العينة.

ب- تم قياس الثبات باتباع الخطوتين الآتيتين:

• تم اختيار عينة قدرها ١٠% من إجمالى المواد التى خضعت للدراسة فى كل تطبيق.

• قامت الباحثة قبل إجراء الثبات بشرح للفئات والوحدات للباحثين^(١١٠)، وتم التوصل إلى معامل الثبات باستخدام معادلة هولستى.

• قامت الباحثة بتطبيق هذه المعادلة مرتين، حيث استخدمتها بينها وبين المرمز الأول ثم بينها وبين المرمزة الثانية، وبلغت قيمة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

الثبات فى الأولى ٨٩% وفى الثانية ٨٧%، وهى نسب عالية مما يدل على ثبات المقياس.

٢- صحيفة الاستقصاء:

تم تصميم صحيفتى استقصاء، إحداهما خاصة بالتطبيق الأول، والثانية خاصة بالتطبيق الثانى.

- اختبارا الصدق والثبات:

أولاً: الصدق:- استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهرى (صدق المحكمين^(١١١))، كما أجرت الباحثة دراسة قبلية Pre-test على ٥% من عينة الدراسة.

ثانياً: الثبات: تم تطبيق اختبارات الثبات الإحصائية مثل الاختبار المنشطر لجوتمان Guttman Split-half ومعامل ارتباط Alpha على بعض المقاييس فى الاستمارة مثل مقياس الاتجاه نحو القضية، والمقاييس الخاصة بالسلمات الشخصية^(١١٢).

٣- تحليل الخطاب: وقد تم الاعتماد فى إطاره على:

(أ) مسار البرهنة: حيث تم رصد الأدلة والبراهين التى قدمتها كل وسيلة (تليفزيون / صحافة باتجاهاتها المختلفة) فى معالجتها لكل قضية لإقناع الراى العام بوجهة نظرها، وقد تم استخلاص الأطروحات المعارضة بما تشتمل عليه من مبررات سياسية واقتصادية واجتماعية وقانونية وتاريخية لتوضيح الموقف الذى تتبناه كل وسيلة.

(ب) الأطر المرجعية: حيث يتم رصد الإحالات المرجعية النصية التى اعتمدت عليها كل وسيلة فى معالجتها للقضية سواء كانت هذه الإحالات عبارة عن تصريحات مسئولين أو نصوص دينية أو قانونية، أو الإشارة إلى حقب تاريخية أو غير ذلك مما يزيد من مصداقية المضمون المقدم والذي تهدف الوسيلة إلى تبنى الراى العام له.

مجتمع وعينة الدراسة:

أ- مجال وعينة الدراسة التحليلية:

- يتمثل مجال الدراسة فى كل المواد الإعلامية التى تناولت القضيتين محور التطبيق فى كل من التلفزيون والصحافة.
- عينة المواد التلفزيونية: شملت جميع البرامج التلفزيونية التى تناولت كلتا القضيتين فى كل من القناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصرى باعتبارهما قناتين عامتين يشاهدهما الجمهور المصرى فى جميع أنحاء الجمهورية، وقد تمثلت العينة فى التطبيق الأول فى ثمانية برامج بلغت مدتها الزمنية خمس ساعات وخمسين دقيقة وإحدى عشرة ثانية، وتمثلت عينة التطبيق الثانى فى عشرة برامج مدتها الزمنية ثلاث ساعات وتسع وخمسون دقيقة.
- عينة المواد الصحفية: تم اختيار صحيفة الأهرام باعتبارها أكثر الصحف القومية توزيعاً، كما تم اختيار صحيفة الوفد باعتبارها أكثر الصحف الحزبية توزيعاً، وكذلك تم اختيار مجلتى روز اليوسف وصباح الخير باعتبارهما أكثر المجلات العامة توزيعاً.

ومن داخل هذه الصحف تم تحليل المواد التى تناولت كلتا القضيتين، وتمثلت فى: المواد الإخبارية التى صاحبها رأى، ومواد الراى، وتشمل: الأعمدة والمقالات وبريد القراء، والمواد التفسيرية والاستقصائية وتشمل التحقيق والحديث.

وقد بلغ عدد المواد الصحفية التى تم تحليلها فى التطبيق الأول ٨٢ مادة صحفية، وقد بلغت مساحتها ٧٥٦٤,٥٠ سم/ عمود، وبلغ عدد المواد الصحفية التى تم تحليلها فى التطبيق الثانى ١٥٧ مادة، وبلغت مساحتها ١٠٤٢٢,٥٠ سم/ عمود.

الإطار الزمنى لعينة تحليل المضمون:

(أ) التطبيق الأول: تمثل الإطار الزمنى للتحليل فى شهر يناير ٢٠٠٢ حيث مثل

ذروة التغطية للقانون فى كل من الصحافة والتلفزيون.

(ب) التطبيق الثانى: تمثل الإطار الزمنى للتحليل فى شهرى أبريل ومايو،

والأيام العشر الأوائل من شهر يونيو ٢٠٠٢.

نظريات الراى العام الفصل الرابع

مجتمع وعينة دراسة الجمهور:-

- تمثل مجتمع دراسة الجمهور فى سكان القاهرة الكبرى من سن ١٨ (١١٣) إلى ٧٠ سنة، وقد تم إضافة محافظة بورسعيد إلى التطبيق الأول لدراسة متغير الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) لارتباط قانون التعريف الجمركية الجديدة لرتباطاً مباشراً بسكان المحافظة.

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة بأسلوب العينة الحصصية ذات الأبعاد وذلك لتمثيل المتغيرات المختلفة المراد قياسها فى الدراسة.

حجم العينة:-

طبقت هذه الدراسة على عينة قولمها ٦٤٤ (١١٤) مفردة بواقع ٣١٠ مفردة فسى التطبيق الأول، و ٣٤٤ مفردة فى التطبيق الثانى.

أسلوب سحب العينة:-

- تم تقسيم المحافظات إلى أحياء تمثل المستويات الاقتصادية المختلفة، وتم اختيار ثلاثة أحياء من كل محافظة بطريقة عشوائية.
- تم اختيار شارع داخل كل حى من الأحياء التى تم التطبيق فيها لاختيار مفردات العينة حيث وقع الاختيار على رقم (١) بطريقة عشوائية ليكون بداية لاختيار مفردات العينة حيث يتم اختيار المنزل رقم (١) ثم من داخله يتم اختيار شقة رقم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا، ثم يتم اختيار منزل رقم (١١) ومن داخله يتم اختيار شقة رقم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا إلى أن يتم استكمال مفردات العينة.
- وقد روعى أن تكون مفردات العينة متنوعة من حيث الفئات العمرية والمستويات التعليمية، كما روعى أن يكون هناك تماثل بين عدد المبحوثين فى الأحياء المختلفة (١١٥)، كذلك روعى أن يكون هناك توازن بين عدد الذكور وعدد الإناث فى العينة (١١٦).
- لقياس تأثير متغير الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) تم إدخال بعض الفئات النوعية المرتبطة بالقضية فى كل تطبيق، وذلك على النحو الآتى:-

الفصل الرابع نظريات الرأى العام

أ- فى التطبيق الأول:-

- تم اختيار مدينة بورسعيد ضمن العينة لارتباطها القوى بالقانون، وداخل عينة المدينة تم اختيار عينة ممثلة للتجار باعتبارهم متضررين من القانون.
- تم اختيار عينة من تجار القاهرة باعتبارهم متأثرين بالقانون.
- تم اختيار عينة من العاملين بمصانع الملابس الجاهزة بالعاشر من رمضان باعتبارهم مستفيدين من القانون.

أ- فى التطبيق الثانى:-

- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الوطنية باعتبارهم مستفيدين من المقاطعة.
- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الأجنبية باعتبارهم متضررين من المقاطعة.

الإطار الزمنى للعينة:-

- (أ) التطبيق الأول: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة من ١ إلى ١٠ فبراير ٢٠٠٢.
- (ب) التطبيق الثانى: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة من ١١ إلى ٢٠ يونيو ٢٠٠٢ (١١٧).

نظريات الراى العام الفصل الرابع

خصائص العينة فى التطبيق الأول:

يوضح الجدول الآتى خصائص العينة فى التطبيق الأول:

جدول رقم (١): خصائص عينة التطبيق الأول

النسبة	التكرار	الخصائص
		النوع:
٥٢,٣	١٦٢	- ذكور
٤٧,٧	١٤٨	- إناث
		المنطقة السكنية:
٣١	٩٦	- شعبية
٣٦,٥	١١٣	- متوسطة
٣٢,٥	١٠١	- راقية
		السن:
٣٤,٥	١٠٧	- ٢٦ - ١٨
٢٩,٧	٩٢	- ٣٦ - ٢٦
٢٢,٩	٧١	- ٥١ - ٣٦
١٢,٩	٤٠	- ٧٠ - ٥١
		المستوى التعليمى:
٩,٤	٢٩	- ما دون المتوسط
٤٠,٣	١٢٥	- متوسط
٥٠,٣	١٥٦	- جامعى ودراسات عليا
		المحافظة:
٣٧,١	١١٥	- القاهرة
٣٨,٧	١٢٠	- الجيزة
٢٤,٢	٧٥	- بورسعيد
		الفئة:
٥٥,٢	١٧١	- مستهلكو القاهرة الكبرى
٩,٤	٢٩	- تجار القاهرة الكبرى
١٤,٥	٤٥	- تجار بورسعيد
١١,٢	٣٥	- مستهلكو بورسعيد
٩,٧	٣٠	- عاملون بالمصانع
		الانتماء الحزبى:
٩٣,٢	٢٨٩	- غير منتمين لأحزاب
٤,٥	١٤	- منتمون للحزب الوطنى
٢,٣	٧	- منتمون لأحزاب معارضة
١٠٠	٣١٠	المجموع

خصائص العينة فى التطبيق الثانى :

بوضح الجدول الأتى خصائص العينة فى التطبيق الثانى:

جدول رقم (٢): خصائص عينة التطبيق الثانى

النسبة	التكرار	الخصائص
		النوع:
٦٣,٢	٢١١	ذكور
٣٦,٨	١٢٣	إناث
		المنطقة السكنية:
٢٥,٥	٨٥	شعبية
٤٣,٧	١٤٦	متوسطة
٣٠,٨	١٠٣	راقية
		السن:
٢٨,٤	٩٥	٢٦ - ١٨
٥٢,٤	١٧٥	٤١ - ٢٦
١٩,٢	٦٤	٧٠ - ٤١
		المستوى التعليمى:
٨,٧	٢٩	ما دون المتوسط
٣٨,٩	١٣٠	متوسط
٥٢,٤	١٧٥	جامعى ودراسات عليا
		الفئة:
٧٥,٧	٢٥٣	جمهور
١٢	٤٠	عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية
١٢,٣	٤١	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية
١٠٠	٣٤٤	المجموع

نظريات الراي العام الفصل الرابع

نتائج الدراسة:-

أولاً: نتائج التطبيق الأوا، (قانون التعريفه الجمركية):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولاً: اتجاه الصحافة والتليفزيون نحو القانون:

- اتجاه الصحف نحو القانون:

جدول رقم (٣)

اتجاه الصحف نحو قانون التعريفه الجمركية

الاتجاه الصحفية	مؤيد		معارض		محايد		مؤيد بتحفظ		غير واضح		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	٢٠	٤٧,٦	٨	١٩	٢	٤,٨	٧	١٦,٧	٥	١١,٩	٤٢	٥١,٢
الوفد	٢	٦,٩	٢٧	٩٣,١	-	-	-	-	-	-	٢٩	٣٥,٤
روز اليوسف	٢	٣٣,٣	-	-	١	١٦,٧	١	١٦,٧	٢	٣٣,٣	٦	٧,٣
صباح الخير	-	-	٣	٦٠	١	٢٠	-	-	١	٢٠	٥	٦,١
المجموع	٢٤	٢٩,٣	٣٨	٤٦,٣	٤	٤,٩	٨	٩,٨	٨	٩,٨	٨٢	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه الصحافة كان متارجحاً ما بين التأييد والمعارضة للقانون إذ بلغت نسبة معارضة القانون ٤٦,٣% من إجمالي العينة، وبلغت نسبة تأييد القانون ٢٩,٣% من إجمالي العينة فإذا أضفنا إلى هذه النسبة نسبة المواد المؤيدة بتحفظ بلغ إجمالي المواد المؤيدة ٣٩,١% من العينة الكلية، وبذلك يتضح مدى التقارب ما بين نسبة التأييد ونسبة المعارضة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف موضع الدراسة نجد أن جريدة الوفد كانت أكثر الصحف معارضة للقانون إذ بلغت نسبة المواد المعارضة ٩٣,١%، وإذا عرفنا أن المواد ذات الاتجاه المؤيد للقانون لم تكن تعبر عن رأى جريدة الوفد إذ كانت عبارة عن خبر يصاحبه رأى على لسان وزير المالية يدافع فيه عن القانون، وكان هذا الخبر بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ وعنوانه: "وزير المالية: منظمة التجارة لم ترفض التعديلات

الفصل الرابع نظريات الراي العام

الجمركية"، وكان الموضوع الثانى حواراً مع محمد شعيشع رئيس مصلحة الجمارك بتاريخ ٢٠٠٢/١/٣ وعنوانه "التهرب الجمركى جريمة تهدد الأمن الاقتصادى وسنحاربه بشدة ونركز على الملابس" أى أن المادتين اللتين عارضتا القانون وشكلتا نسبة ٦,٩% من عينة الوفد لم تعبيرا عن رأى الوفد، إذا عرفنا ذلك يمكننا أن نقول إن جريدة الوفد عارضت القانون معارضة مطلقة.

وقد وصف د. نعمان جمعة رئيس حزب الوفد القانون فى جريدة الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/١/٢٢ بأنه "شذوذ تشريعى"، كما وصفه عادل صبرى فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٦ بأنه "سقطه سياسية لا يقبلها منطق"، ويضيف عادل صبرى أن "هذه القرارات تعد مباغطة اقتصادية أشبه بزوار الفجر فى المطارذات السياسية".

ويتفق موقف جريدة الوفد مع كونها جريدة معارضة تهدف من وراء هجومها على القانون إلى تعرية الحكومة وإظهار سلبياتها لتكسب شعبية جماهيرية على حساب الحكومة، ولتظهر بصورة الحريصة على مصالح الجماهير، كما أن جريدة الوفد أخذت صف محافظة بورسعيد التى أصابها القانون بأضرار جسيمة وذلك لأن محافظة بورسعيد بها نسبة كبيرة من الوفديين كما أن مؤسس جريدة الوفد هو الراحل مصطفى شردى ابن محافظة بورسعيد، وابنه محمد مصطفى شردى صحفى فى الوفد ويتبنى قضايا المحافظة.

وبالنسبة لاتجاه صحيفة الأهرام فهو يغلب عليه تأييد القانون إذ بلغت نسبة المواد المؤيدة للقانون ٤٧,٦%، كما أن ١٦,٧% من المواد مؤيدة بتحفظ، وبالتالي يكون إجمالى نسبة التأييد ٦٤,١% بينما كانت نسبة المواد المعارضة ١٩%، ويرجع ذلك إلى أن الأهرام جريدة قومية وتأخذ فى أغلب الأحيان الموقف الرسمى للحكومة.

وقد اتخذ إبراهيم نافع رئيس مجلس إدارة الأهرام فى مقاله الافتتاحى بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ موقفاً مدافعاً عن الحكومة حين قال: "لا ينبغى لأى أحد أن يتخذ الأزمة متفلساً لأزماته الخاصة، فيوجه سهام نقده غير البناء إلى الحكومة"، ويضيف إبراهيم نافع: "رفقاً بمصر ولنصم أذاننا عن الأصوات الزاعقة بالبكاء والهجاء".

وأما عن اتجاه مجلة روز اليوسف فقد بلغت نسبة المواد المؤيدة والمواد المؤيدة

مظريات الراى العام الفصل الرابع

بتحفظ ٥٠% بينما المواد غير واضحة الاتجاه فقد بلغت نسبتها ٣٣,٣%، والمواد المحايدة ١٦,٧% مما يدل على وجود بعض التارجح فى اتجاه المجلة، وقد برر عبد الله إمام فى روز اليوسف بتاريخ ١٢/١/٢٠٠٢ صدور القانون بأن "الحكومة أرادت ضبط إيقاع الاستيراد"، كما عبرت مديحة عزت بتاريخ ١٢/١/٢٠٠٢ عن تأييدها للقانون قائلة: "السلام أمانة لكل من تنبه وأصدر قانون الجمارك أخيراً"، ووصفت المستورد بأنه وباء قاتلة: "لقد حل وباء المستورد".

كما يقول عاصم حنفى فى العدد ذاته من المجلة "تعالوا نحارب المافيا فى قطاعى الاستيراد والتصدير"، ولكن فى تحقيق نشر بالعدد نفسه تصف روز اليوسف تأثير القرارات على مدينة بورسعيد قائلة: "القرارات نزلت على الشارع البورسعيدى كالصاعقة وأصابت الحياة هناك بالشلل"، وعن ضرورة التأنى تقول المجلة فى التحقيق ذاته: "كان يجب التأنى فى إصدار القرارات فقبل أى جراحة لمريض لابد من فحص المريض أولاً".

وبالنسبة لاتجاه مجلة صباح الخير فقد كان معارضاً للقانون بنسبة ٦٠% من المواد التى وردت عن القانون ولم ترد بالمجلة مواد مؤيدة للقانون، وقد عبر رؤوف توفيق رئيس تحرير المجلة عن موقف المجلة قائلاً: "كان وقع المفاجأة أشبه بالصدمة التى تفقد العقل والأعصاب"، وتساءل: "هل الهدف هو حماية الصناعة الوطنية أم أنه أسلوب لجمع أكبر قدر من الأموال عن طريق الضرائب والجمارك؟"، ويصف رؤوف توفيق القانون فيقول: "قوائم لا أدرى كيف تفننوا فى تفاصيلها.. ولا كيف حددوا المبالغ المستحقة عليها بهذا الشكل الجزافى؟"، وتقول كريمة كمال فى مجلة صباح الخير بتاريخ ٢٢/١/٢٠٠٢، "إن القانون لا يحمى الصناعة الوطنية وإنما الذى يحميها هو جودة الإنتاج والبحث عن الأفضل والالتزام بالقواعد والمعايير".

اتجاه التغطية التليفزيونية لقانون التعريف الجمركية:

أوضحت النتائج أن ٧٥% من البرامج التليفزيونية التى تناولت القانون فى القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصرى كانت مؤيدة للقانون، وإذا أضفنا نسبة البرامج المؤيدة بتحفظ نجد أن ٨٧,٥% من عينة البرامج كانت مؤيدة للقانون، ولم ترد

الفصل الرابع نظريات الراى العام

على الإطلاق برامج معارضة للقانون فى العينة.

ويلاحظ ربط معظم البرامج التليفزيونية بين الوطنية وشراء المنتج المصرى، فالبرامج التليفزيونية اتخذت من القانون فرصة لعمل حملة لتشجيع الصناعة المصرية، فنجد على سبيل المثال فى برنامج (كلمة حق) الذى تقدمه فريدة الزمر وتخرجه كليلر كامل جاءت شعارات مكتوبة على الشاشة قبل تبنى البرنامج *avant titre* حول تشجيع الصناعة المصرية مثل: "تشجيع الصناعة المصرية وطنية" و "تحسين الإنتاج وطنية أعظم"، كما جاءت عبارة "صنع فى مصر من الشعار إلى الجودة"، أى أن البرنامج بدأ بتأييد مطلق للقانون، كما ذكرت المذيع فى أثناء الحلقة أن "القانون دعوة جادة وهامة وخطيرة لحماية المنتج المصرى"، كما قالت: "إن جنيتها مصرياً تدفعه لساعة أجنبية يخرج من مصر ولا يعود بينما جنيتها تدفعه لمنتج مصرى يوفر فرص عمل ويفتح بيوتاً ويوفر مستقبل أفضل".

وقد رفع برنامج (أضواء) فى حلقة الأولى بتاريخ ٢٠٠٢/١/٩ شعار "اشتر منتج بلدك نجد وظيفة لولدك"، كما ذكر أشرف عبد الحليم فى برنامج (أخبار الناس) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ أن "حب الوطن يعنى شراء كل ما هو مصرى"، كما تبنى برنامج (ماسبيرو) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٣ شعار "دعوة لحب المنتج المصرى"، كما تخلل البرنامج عبارات مكتوبة على الشاشة تقول: "تعرف تحب المنتج المصرى وتشجع الاقتصاد المصرى يبقى أنت أكيد المصرى".

ويتضح مما سبق التأييد المطلق للقانون حتى وإن كان من بين ضيوف بعض البرامج من يعارض القانون أو يتحفظ عليه إلا أن معظم البرامج كانت تبدأ وتنتهى برسالة مباشرة من مقدمى البرامج تؤكد على تأييد القانون واعتباره منقذاً للصناعة المصرية.

ونخلص من نتائج تحليل المضمون إلى أن البيئة المعلوماتية للقانون *The Information Environment* كانت تتسم بتعدد التيارات والاتجاهات نحو القانون، وأن هذه التيارات كانت انعكاساً للتوجهات السياسية لكل وسيلة، وهو ما يظهر فى الاختلاف بين اتجاه التليفزيون والصحف القومية متمثلة فى جريدة الأهرام من

نظريات الراى العام الفصل الرابع

ناحية والصحف الحزبية متمثلة فى جريدة الوفد من ناحية أخرى، ولذلك بوصف القانون بأنه قضية استقطاب Polarizing Issue إذ تختلف نحوه الاتجاهات باختلاف التوجهات السياسية.

ثانياً: مسارات البرهنة التى تم الاعتماد عليهما فى معالجة القانون:

اشتملت مسارات البرهنة التى اعتمدت عليها الصحافة فى معالجة القانون على العديد من الأطروحات أبرزها الأطروحة المعارضة للقانون والأطروحة المؤيدة له، واشتملت كل منهما على مبررات اقتصادية واجتماعية وقانونية، وكان من أبرز المبررات الاقتصادية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى الركود فى السوق المحلى، وسيلحق أضراراً جسيمة بمحافظة بورسعيد، كما أنه سيؤدى إلى ارتفاع الأسعار نتيجة لاحتكار المنتجات المحلية للسوق، كذلك فإنه سيعرض الصناعة الوطنية لأن الحماية الزائدة تقضى على التجويد والمنافسة، أيضاً فإنه سيؤدى إلى زيادة معدلات التهريب، ومن أبرز المبررات الاجتماعية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى استغلال المواطنين وتشريد آلاف الأسر وزيادة الفجوة بين الطبقات، وتمثلت المبررات القانونية لمعارضة القانون فى أنه يتعارض مع اتفاقية الجات.

وبالنسبة للأطروحة المؤيدة للقانون كان أبرز المبررات الاقتصادية فيها هى أن القانون يحمى الصناعة الوطنية، ويقضى على ظاهرتى التهريب والإغراق، كما كانت أبرز المبررات القانونية هى أن القانون لا يتعارض مع شروط اتفاقية الجات، كما أنه جاء لإزالة التشوهات الموجودة فى القانون القديم، أما المبررات الاجتماعية فكان أبرزها تحقيق الاستقرار للعاملين وأصحاب المصانع، والحد من انتشار ظاهرة الاستهلاك.

ويلاحظ مما سبق أن المحكات التى اعتمدت عليها الصحافة لتأييد القانون هى ذاتها التى تم الاعتماد عليها لمعارضته.

واشتملت مسارات البرهنة التى قدمتها البرامج التليفزيونية فى معالجة القانون على أطروحتين بارزتين، وهما: الأطروحة المؤيدة والتى قدمت مبررات مشابهة لما قدمته الصحافة، والأطروحة التى تتجاوز القانون وتقتراح وسائل للنهوض بالصناعة،

الفصل الرابع نظريات الراى العام

وقد كانت أبرز مقترحاتها: تخفيض تكلفة الإنتاج عن طريق خفض الضرائب وأسعار المواد الخام، والاعتماد على نتائج الأبحاث لتطوير الصناعة، والاهتمام بالموضة العالمية، واتباع المواصفات القياسية، وتدريب العمالة والاهتمام بالتسويق والدعاية، وتخفيض سعر الإعلان عن المنتجات الوطنية.

ثالثاً: الأطر المرجعية التي تم الاعتماد عليها فى معالجة القانون:

جاءت تصريحات المسؤولين فى المرتبة الأولى بين الأطر المرجعية التى اعتمدت عليها الصحافة على اعتبار أنه قانون أصدرته الحكومة، وبالتالى فإن الصحف اعتمدت على تصريحات المسؤولين فى الحصول على معلومات عن القانون، وفى تبرير صدور القانون من وجهة النظر الحكومية، وجاء الإطار القانونى فى المرتبة الثانية على اعتبار أن الموضوع به شق قانونى مهم، وهو مدى اتفاقه أو اختلافه مع اتفاقية الجات ومدى دستورية صدور هذا القانون، وقد ورد هذا الإطار المرجعى فى سياق التأييد وفى سياق المعارضة للقانون، ثم جاء الإطار التاريخى فى المرتبة الثالثة وركز على تاريخ مدينة بورسعيد والأسباب التاريخية لنشأة المنطقة الحرة بها.

وقد تكررت تلك الأطر المرجعية فى المعالجة التليفزيونية للقانون، وإن اختلف ترتيبها حيث جاء الإطار المرجعى القانونى فى المرتبة الأولى، ثم الإطار المرجعى التاريخى. ثم جاءت الأمثال والحكم، وتلتها تصريحات المسؤولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقانون التعريف الجمركية^(١١٨):

انعكست اتجاهات التغطية التليفزيونية والصحفية نحو القانون على اتجاهات الجمهور العام، فنجد أن تارجح وسائل الإعلام تجاه القانون قد انعكس على اتجاهات الجمهور حيث كانت نسبة الأفراد شديدي الإيجابية نحو القانون ٢٤,٨% بينما الأفراد الأقل إيجابية فى اتجاهاتهم نحو القانون كانت نسبتهم ٢٩,٧% أى أن هناك تقارباً بين النسبتين.

ج- نتائج اختبارات الفروض الخاصة بالتطبيق الاول:

اختبار الفرض الاول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون)، ومتغير شدة الاتجاه وقد بلغت قيمتها ١١,٠٩٨ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، أما معامل ارتباط بيرسون فقد بلغت شدته ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضى وكثيفى التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون)، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى التعرض (٢٨,١٥) وكثيفى التعرض (٣٣,٤) حيث إن قيمة (ت) = -٢,٧١، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٧)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الاول (أ).

ويلاحظ من هذه النتيجة أن الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام اتجاههم أكثر إيجابية نحو القانون، ويرجع ذلك إلى أن التلفزيون الذى يعتمد عليه معظم أفراد العينة، بالإضافة إلى الصحافة القومية، كان اتجاههما إيجابياً نحو القانون، بينما الصحافة المعارضة التى كان اتجاهها سلبياً نحو القانون لم يعتمد عليها سوى ٨,٧% من مفردات العينة، ومن ذلك يتضح لنا أن اتجاه المبحوثين كان متفقاً مع الاتجاه العام للوسائل التى يعتمدون عليها، وفى هذا تأكيد لما أشار إليه بعض الباحثين من أن الرسائل أحادية الاتجاه أكثر تأثيراً على المبحوثين من الرسائل متعددة الاتجاه.

الفصل الرابع نظريات الراسي العام

اختبار الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتليفزيون وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية الجديدة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين متغير حجم التعرض للتليفزيون وشدة الاتجاه، وقد بلغت قيمتها ١١,٥٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذي بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، أما معامل ارتباط بيرسون فقد بلغت شدته ٠,١٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠٢)، أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتليفزيون وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ب).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للتليفزيون وإيجابية الاتجاه نحو القانون إلى ما سبق الإشارة إليه من أن اتجاه التليفزيون نحو القانون كان إيجابياً بشكل مطلق، كما أنه ربط بين القانون وتشجيع الصناعة المصرية والوطنية.

اختبار الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين متغير حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه نحو القانون، وقد بلغت قيمة كا ٢١ = ٤,٩٥، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ولكن بحساب معامل ارتباط بيرسون وجد أن هناك علاقة بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه نحو القانون حيث بلغت قيمة المعامل ٠,٢٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، أي أن هناك علاقة بين حجم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون.

وبما أن معامل ارتباط بيرسون يتم حسابه من البيانات الأصلية Raw Data

نظريات الراى العام الفصل الرابع

على عكس معامل ارتباط كا ٢١ الذى يتم حسابه من البيانات بعد تقسيمها إلى مستويات، فإن معامل ارتباط بيرسون يُعد بنتائجه أكثر من معامل ارتباط كا ٢١.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون إلى أن ٧٦,٦% من عينة المعتمدين على الصحافة كمصدر أو ثان (وعدد هم ١٥٨ مبحوثاً) يعتمدون على الصحف القومية ذات الاتجاه الإيجابى نحو القانون فى مقابل ٢٣,٤% يعتمدون على صحف معارضة.

اختبار الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشدة الاتجاه نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين المتغيرين التى بلغت قيمتها ١١,٥٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣)، وللتعرف على شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣).

وبما أن متغير نوعية الصحيفة متغير اسمى فلا يمكننا حساب معامل ارتباط بيرسون فى هذه العلاقة.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأفراد الذين يعتمدون على الصحف القومية والأفراد الذين يعتمدون على الصحف المعارضة من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق بين متوسط شدة الاتجاه لدى المعتمدين على الصحف القومية (٣٢,٨) والمعتمدين على الصحف المعارضة (٢٩,٢٩) أى أن المعتمدين على الصحف القومية اتجاهاً أكثر إيجابية نحو القانون، ولكن هذه الفروق غير دالة إحصائياً حيث إن قيمة (ت) = ١,٧٩، وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٧٤).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (د).

الفصل الرابع نظريات الراي العام

اختبار الفرض الثاني:

يؤثر مستوى الوعي السياسي على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الوعي السياسي، تم حساب معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته ٠,١٦، وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغيرات حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت قيمته ٠,٣٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أي أن دخول المتغير الوسيط (الوعي السياسي) على العلاقة زاد من شدتها.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير الوعي السياسي وشدة الاتجاه، وبلغت قيمته ٠,٢٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين منخفضي ومرتفعي الوعي السياسي من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي الوعي السياسي (٢٥,٩٦) ومرتفعي الوعي السياسي (٣٤,٤٥) حيث إن قيمة (ت) = -٤,٣٩٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى الوعي السياسي وشدة الاتجاه.

ومن ثم نقبل الفرض الثاني.

وتشير هذه النتيجة إلى غلبة تأثير التلفزيون والصحف القومية المؤيدين للقانون على تأثير الصحف المعارضة بين الأفراد الأكثر وعياً سياسياً، وخاصة أن نسبة المنتمين للأحزاب المعارضة لا تتجاوز ٢,٣% من مفردات العينة، ويتفق ذلك مع ما أشار إليه كل من باوليك وكاتز (١٩٩٨) Powlick & Katz من أنه عندما يكون تأييد سياسة الحكومة هو الاتجاه السائد في تغطية وسائل الإعلام (التلفزيون والصحافة القومية في هذا التطبيق) فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يصبحون هم الأكثر تأييداً

نظريات الراي العام الفصل الرابع

لهذه السياسة، بينما ينخفض هذا التأيد بين الأفراد الأقل وعياً سياسياً^(١١٩)، خاصة عندما يكون الأفراد الأكثر وعياً سياسياً غير منتمين لأحزاب معارضة لسياسة الحكومة كما هو الحال في الدراسة الحالية.

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى مألوفية القضية، تم حساب معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط (مستوى مألوفية القضية) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت شدته ٠,٥٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه ازدادت قوة بدخول المتغير الوسيط عليها، مما يوضح التأثير القوي لمستوى مألوفية القضية على العلاقة.

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه، نجد أن قيمة الارتباط بين المتغيرين بلغت ٠,٥٧ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) مما يدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأدنى والأعلى في مستوى مألوفية القضية من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون لدى كل من الأفراد الأدنى في مستوى مألوفية القضية (٢١,٤٩) والأفراد الأعلى في مستوى مألوفية القضية (٣٥,٢٥) حيث إن قيمة (ت) = -٦,١٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الثالث.

الفصل الرابع نظريات الراس العام

وترجع تلك النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدي إلى زيادة قدرته على تلقي الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثير بها، خاصة إذا كانت هذه الرسائل لا تتعارض مع اتجاهاته ومصالحه الشخصية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصي بالقضية) على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه في حالة ضبط متغير مستوى الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد دخول متغير الانغماس على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت شدته ٠,٦٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول متغير مستوى الانغماس على العلاقة زادها قوة فبعد أن كانت ٠,١٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ أصبحت ٠,٦٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الانغماس وشدة الاتجاه -٠,٦٦ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أي أن هناك علاقة ارتباطية عكسية وقوية بين المتغيرين.

ولقياس مدى معنوية الاختلاف بين غير المنغمسين ومرتفعي الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى غير المنغمسين (٣٨,١٦) ومرتفعي الانغماس (٣٠,٣٥) حيث إن قيمة (ت) = ٦,٣٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أي أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع.

ويرجع ذلك إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً في القانون - وهم غالباً المتأجرون

نظريات الراي العام الفصل الرابع

فى البضائع المستوردة والأسر المتضررة اقتصادياً من القانون - سيعانون من تطبيق القانون، فإن اتجاهاتهم كانت أكثر سلبية تجاه القانون حيث لم يتأثروا بالمعالجة التليفزيونية الإيجابية للقانون أو بمعالجة بعض الصحف القومية الإيجابية أيضاً، وذلك لأن مصالحهم الشخصية كانت بمثابة المرشح Filter الذى يسمح بمرور الرسائل المنققة مع تلك المصالح فقط دون غيرها.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند ضبط متغير درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤٢)، ولمعرفة شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٤٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة أدى إلى زيادة قوتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو القانون ٠,٤٧، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية وقوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى فى درجة إعمال العقل من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الأدنى فى درجة إعمال العقل (٢٦,٠٦) والأعلى فى درجة إعمال العقل (٣٥,٤) حيث إن قيمة (ت) = -٤,٤١، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الخامس.

الفصل الرابع نظريات الراسى العام

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قانون التعريف الجمركية يمس مصالح كافة فئات المجتمع بدرجات متفاوتة، أى أن هناك مستوى مرتفعاً من الارتباط الشخصى بالقانون، ولذلك ازدادت الدافعية لإعمال العقل فى الرسائل التى يتم التعرض لها، والتفكير فى البراهين التى تتضمنها، وبالتالي كان متغير درجة إعمال العقل متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالرسالة الإعلامية، وبما أن معظم مفردات العينة تعتمد على التليفزيون (٥٨,٤%)، وعلى الصحافة القومية (٣٩%) وبما أن هاتين الوسيلتين اتجاهاً إيجابياً نحو القانون، فإن الأكثر تعرضاً كانوا أكثر تأثراً بهاتين الوسيلتين، وبالتالي كانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية نحو القانون بشرط ألا يكون مستوى الانغماس مرتفعاً جداً كما هو الأمر بالنسبة لتجار بورسعيد لأنه فى هذه الحالة سيؤدى إلى معالجتهم المتحيزة للرسائل الإعلامية، فالأفراد الأكثر انغماساً قد يقاومون الرسالة حتى لو كانوا غير قادرين على التفكير فى حجج مضادة، وذلك ما أشار إليه روزر Roser فى دراسته عام ١٩٩٠ (١٢٠).

اختبار الفرض السادس (١):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية.

لحساب شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الحاجة للمعرفة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته ٠,٢٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولحساب شدة العلاقة بعد دخول متغير مستوى الحاجة للمعرفة عليها، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط كان محدوداً.

ولمعرفة شدة العلاقة بين متغير مستوى الحاجة للمعرفة وشدة الاتجاه، تم حساب معامل ارتباط بيرسون الذى بلغت قيمته ٠,٠٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

٠,٠٥ (٠,١٥)، أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (أ).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى طبيعة الموضوع حيث إنه كان من البروز لدرجة أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة كانوا على دراية به، وبالتالي لم يكن هذا المتغير مؤثراً فى العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه.
اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنته بقيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجاه ٠,٠٤٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٦) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، مما يعنى أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة كان محدوداً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشدة الاتجاه ٠,٠٧٥ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٩) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

الفصل الرابع نظريات الراس العام

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين في متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين على التلفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضة، والمعتمدين على الاتصال الشخصي، والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل:

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المبحوثين المعتمدين على الوسائل المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريف الجمركية

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	١٥٢٧,٧٧٠	٥٠٩,٢٥٧	٨,٠٠٥	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٤٨٨	٣١٠٤٤,٨٨٧	٦٣,٦١٧		
المجموع	٤٩١	٣٢٥٧٢,٦٥٧	--		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذي دلالة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ٨,٠٠٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكي Tukey، وهو ما يتضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

متوسطات شدة الاتجاه	الاتصال الشخصى	الصحافة المعارضة	الصحافة القومية	التليفزيون المصرى	مصدر التباين
٣٧,٠٩٩٤		*			التليفزيون المصرى
٣٧,٣٦٣٦		*			الصحافة القومية
٣٠,٦٢١٦	*		*	*	الصحافة المعارضة
٣٥,٥٤٢٥		*			الاتصال الشخصى

* تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى المعتمدين على الصحافة المعارضة (٣٠,٦٢١٦) من ناحية والمعتمدين على كل من التليفزيون المصرى والصحافة القومية والاتصال الشخصى من ناحية أخرى، حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديهم ٣٧,٠٩٩٤، ٣٧,٣٦٣٦، ٣٥,٥٤٢٥ على التوالى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات المبحوثين نحو القانون كانت متفقة مع اتجاهات الوسائل التى اعتمدوا عليها حيث كان المعتمدون على الصحافة المعارضة أكثر معارضة للقانون من المعتمدين على كل من التليفزيون والصحافة القومية والاتصال الشخصى.

الفصل الرابع نظريات الراى العام

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA والذى تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين الأفراد المنتمين للفئات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريف الجمركية

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	متوسط المربعات	مجموعة المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين
٠,٠٠٠١	١١,٩٤٥	١٩٠٨,١١	٧٦٣٢,٠٤٤	٤	بين المجموعات
		١٥٩,٧٣٣	٤٨٧١٨,٤٢٤	٣٠٥	داخل المجموعات
		—	٥٦٣٥٠,٤٦٨	٣٠٩	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لفئات مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١١,٩٤٥، وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فى الجدول الآتى:

جدول رقم (٧)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه

متوسطات شدة الاتجاه	عمال المصانع	مستهلكو بورسعيد	تجار بورسعيد	تجار القاهرة الكبرى	مستهلكو القاهرة الكبرى	مصدر التباين
٣٣,٤٥٠٣	*			*		مستهلكو القاهرة الكبرى
١٩,٣٤٤٨	*	*	*		*	تجار القاهرة الكبرى
٣٠,٥١١١	*			*		تجار بورسعيد
٣٠,٨٠٠٠	*			*		مستهلكو بورسعيد
٤١,١٠٠٠		*	*	*	*	عمال المصانع

* تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى عمال المصانع (٤١,١٠٠٠) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى حيث إن متوسط شدة الاتجاه لدى عمال المصانع أكبر منه لدى الفئات الأخرى، كما أن هناك تبايناً بين متوسط شدة الاتجاه لدى تجار القاهرة^(١٢١) (١٩,٣٤٤٨) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

ويمكن تفسير تلك النتيجة بالقول إن الفئة التى ينتمى إليها الفرد حددت مدى ارتباطه الشخصى بالقضية، ومن ثم حددت مدى الفوقد لو الأضرار التى ستعود عليه من تطبيق القانون، فمثلاً عمال مصانع الملابس الجاهزة كانوا الأكثر تأييداً للقانون لأنهم أكثر المستفيدين منه، فالقانون جاء لحماية صناعة الملابس الجاهزة فى الأسس، بينما نجد تجار البضائع المستوردة هم الأكثر معارضة للقانون لأنهم أكثر المتضررين منه.

الفصل الرابع نظريات الراى العام

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٥ عند مستوى المعنوية ذاته مما يوضح أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى التعليم وشدة الاتجاه ٠,٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩٨) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

وترجع تلك النتيجة إلى أن القانون كانت له أهمية بالنسبة لمختلف فئات المجتمع ومختلف المستويات التعليمية، ولذلك لم يكن متغير التعليم متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالرسائل الإعلامية التى تناولت القانون.

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير الفئة العمرية وشدة الاتجاه ٠,٠٦٤، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٦٣) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن قانون التعريف الجمركية لا تقتصر آثاره على فئة عمرية دون الأخرى، وإنما تشمل آثاره كافة الفئات العمرية، ولذلك لم يكن متغير الفئة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

العمرية متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالتغطية الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (ج):

يؤثر نوع المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٥ عند مستوى للمعنوية ذاته مما يعنى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه حيث كان المتوسط لدى الذكور (٣١,٥٧) ولدى الإناث (٣٢,٧٧)، وقد بلغت قيمة (ت) - ٠,٧٧٩ وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٤) أى أنه لا توجد علاقة بين النوع وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ج).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أنه لم تكن هناك فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث مستوى انغماسهم فى القانون، أى أن القانون يؤثر على كل من الذكور والإناث، ولذلك لم تكن بينهم فروق دالة إحصائياً من حيث مدى التأثير بالتغطية الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (د):

تؤثر المحافظة التى ينتمى إليها المبحوثون على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY

ANOVA الذى تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٨)

تحليل التباين بين المبحوثين المنتمين لمحافظة مختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مستوى المعنوية	قيمة (ف)	متوسط المربعات	مجموعة المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين
٠,٠٢٨	٣,٦٠٦	٦٤٦,٧٤٩	١٢٩٣,٤٩٨	٢	بين المجموعات
		١٧٩,٣٣٩	٥٥٠٥٦,٩٧٠	٣٠٧	داخل المجموعات
		—	٥٦٣٥٠,٤٦٨	٣٠٩	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمحافظة مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ٣,٦٠٦ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٨).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فى الجدول الآتى:

جدول رقم (٩)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

متوسطات شدة الاتجاه	محافظة بورسعيد	محافظة الجيزة	محافظة القاهرة	مصدر التباين
٣٤,٧٩١٣	•	•		محافظة القاهرة
٣٠,٧٩١٧			•	محافظة الجيزة
٣٠,٢٥٣٣			•	محافظة بورسعيد

نظريات الراى العام الفصل الرابع

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى سكان القاهرة من ناحية (٣٤,٧٩١٣) وسكان الجيزة (٣٠,٧٩١٧) وسكان بورسعيد (٣٠,٢٥٣٣) من ناحية أخرى.

ومن ثم نقبل الفرض التاسع (د).

وترجع تلك النتيجة إلى اختلاف مستوى الارتباط الشخصى لأبناء كل محافظة بالقانون، وحجم الآثار المترتبة على تطبيقه على أبناء كل محافظة، فعلى سبيل المثال نجد المبحوثين من محافظة بورسعيد لتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القانون، وذلك لأن الآثار السلبية التى ستعود عليهم من تطبيق القانون كثيرة وخطيرة.

اختبار الفرض العاشر:

يؤثر متغير الانتماء الحزبى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولمعرفة شدة العلاقة بعد دخول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٦ عند مستوى المعنوية ذاته، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة تأثير محدود للغاية.

وقد تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين الأفراد غير المنتمين حزبياً، والأفراد المنتمين للحزب الوطنى، والأفراد المنتمين لأحزاب معارضة، وقد أظهرت نتائج التحليل عدم وجود تباين ذى دلالة إحصائية بين الأفراد ذوى الانتماءات الحزبية المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١,٢٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ومن ثم نرفض الفرض العاشر.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ضعف الانتماءات الحزبية بين مفردات العينة، وفى محافظات مصر عموماً، ولذلك فإن متغير الانتماء الحزبى لا يلعب دوراً مؤثراً فى تحديد مدى التأثير بالتغطية الإعلامية لأية قضية.

الفصل الرابع نظريات الراي العام

ثانياً: نتائج التطبيق الثاني (قضية المقاطعة):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولاً: اتجاه الصحافة والتلفزيون نحو قضية المقاطعة:

- اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة:

جدول رقم (١٠)

اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة

المجموع		غير واضح		مؤيد بتحفظ		معارض		مؤيد		الاتجاه	الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٤٣,٩	٦٩	٢,٩	٢	٨,٧	٦	١٤,٥	١٠	٧٣,٩	٥١	الأهرام	
٤٦,٥	٧٣	٢,٧	٢	٢,٧	٢	٥,٥	٤	٨٩,١	٦٥	الوفد	
٣,٢	٥	-	-	-	-	٦,٠	٣	٤,٠	٢	روز اليوسف	
٦,٤	١٠	٣,٠	٣	-	-	-	-	٧,٠	٧	صباح الخير	
١٠٠	١٥٧	٤,٥	٧	٥,١	٨	١٠,٨	١٧	٧٩,٦	١٢٥	المجموع	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الصحافة كان يغلب عليها تأييد قضية المقاطعة إذ بلغت نسبة التأييد ٧٩,٦% من إجمالي المواد التي تناولت المقاطعة، فإذا أضفنا إليها نسبة المواد المؤيدة بتحفظ والتي بلغت ٥,١% يصبح إجمالي المواد المؤيدة ٨٤,٧% من العينة في مقابل ١٠,٨% نسبة المواد المعارضة للمقاطعة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف المختلفة نجد أن جريدة الوفد كانت أكثر الصحف تأييداً للمقاطعة إذ بلغت نسبة المواد المؤيدة للمقاطعة بها ٨٩,١% من إجمالي المواد التي قدمتها، وذلك ما عبر عنه السيد الغضبان في مقاله في الوفد بتاريخ ٢٧/٤/٢٠٠٢ إذ قال إن "الصحافة الوطنية (الحزبية والمستقلة وبدرجة ما الصحافة القومية) قد تولت الدعوة للمقاطعة كاشفة التأثير المتوقع على المصالح الأمريكية والإسرائيلية مع نشر قوائم سوداء للمتعاملين في هذه السلع والإرشاد للسلع البديلة".

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

وبالنسبة لمجلة روزاليوسف نجد أن موقفها متأرجح ما بين التأييد للمقاطعة بنسبة ٤٠% والمعارضة لها بنسبة ٦٠% ولكن يقلل من تأثير روزاليوسف أن نسبة المواد التي وردت بها عن المقاطعة لا تمثل سوى ٣,٢% من عينة المواد الصحفية.

أما بالنسبة لمجلة صباح الخير فلم ترد بها مواد معارضة للمقاطعة، وبلغت نسبة تأييدها للمقاطعة ٧٠%، بينما جاءت ٣٠% من موادها غير واضحة الاتجاه.

وقد تعددت مستويات المقاطعة ما بين التأييد المطلق للمقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها إلى المعارضة المطلقة للمقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها.

وقد جاء تأييد المقاطعة الاقتصادية لأمريكا وإسرائيل معاً فى المرتبة الأولى بنسبة ١٨,٥% من إجمالى العينة، وقد عبر محمود المراغى فى الأهرام بتاريخ ٢٠٠٢/٥/٧ عن ذلك التأييد حين قال "نحن نضرب فى الجسد الحى عندما نلعب بورقة التجارة والاقتصاد" ثم جاء تأييد المقاطعة السياسية والاقتصادية لإسرائيل والاقتصادية فقط لأمريكا فى المرتبة الثانية بنسبة ١٤% من إجمالى العينة، ثم تأييد المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل فقط فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,٢% ثم جاء تأييد المقاطعة الإسرائيلية بكل أشكالها بنسبة ٨,٩%، والنسبة ذاتها حظى بها تأييد المقاطعة الاقتصادية لأمريكا، وقد عبر السيد الغضبان فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٤/١٣ عن جدوى المقاطعة الاقتصادية لأمريكا بقوله "إن الشعوب تملك منازل العملاق الأمريكى فى ساحات كثيرة تعرف الشعوب فيها كيف تتخن جسد هذا العملاق بجراح خطيرة"، وقد هاجم أمير سعودى الولايات المتحدة الأمريكية فى جريدة الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٣، وقال مبرراً أهمية المقاطعة الاقتصادية لأمريكا "إن ثمن سيجارة دخلن أمريكى تعادل قيمة رصاصة وإن وجبة من مطعم أمريكى أو زجاجة مياه غازية تقدم وجبة كاملة لعدة أسر فلسطينية". وقد جاء تأييد المقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها بنسبة ٦,٤%، والنسبة ذاتها حظى بها تأييد المقاطعة النفطية.

وفى تحليل لأسامة غيث بالأهرام بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١١ ذكر بعض مبررات تأييد المقاطعة النفطية قائلاً: "إن البترول قوة ردع مؤثرة وفعالة بكل حسابات

الفصل الرابع نظريات الراي العام

الاستراتيجية الكونية للمصالح، وأضاف "أن الدول الكبرى تستخدم كل وسائل الضغط والتخويف والتهديد غير المشروعة لتفريغ المنتجين من الإرادة ووحدة الهدف والقرار وضمان تحييد البترول كقوة ردع مشروعة في النطاق العالمي.. ومع ثبوت أن جانباً حيويًا وعضويًا من معاناة العالم العربي والإسلامي ومشاكله يرتبط بامتلاكه قدرات هائلة من إنتاج النفط، فإن اللحظة المناسبة قد حانت للدعوة لتفعيل دور النفط كقوة ردع".

اتجاه التغطية التليفزيونية نحو قضية المقاطعة:

أوضحت النتائج أن ٦٠% من البرامج التليفزيونية التي تناولت قضية المقاطعة على القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصري كانت مؤيدة للمقاطعة، وقد تركزت معظم هذه النسبة في برنامج "رئيس تحرير" حيث تبني حمدي قنديل مقدم البرنامج الدعوة للمقاطعة في العديد من حلقات البرنامج، ومن عبارات حمدي قنديل التي أوضحت تأييده للمقاطعة "مش هنغرق بل هنقاطع" و "الغرب أساتذة في استخدام سلاح المقاطعة فلماذا حلال لهم وحرام علينا؟".

وقد جاءت البرامج المعارضة للمقاطعة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠% من البرامج في العينة وقد تمثلت في برنامج (أخبار الناس) بتاريخ ٢٥/٤/٢٠٠٢ الذي عارض المقاطعة صراحة مبرراً ذلك بأنها تضر الاقتصاد المصري وتشرد آلاف الأسر، أما البرنامج الثاني فهو برنامج (حوار) لمحمد الحسيني بتاريخ ١٧/٥/٢٠٠٢ الذي عارض المقاطعة ضمناً من خلال الحديث عن نظام الفرانشيز ومزاياه بالنسبة للصناعة المحلية، ودعوته للخريجين الجدد وأصحاب المشروعات الصغيرة الذين يريدون تطوير إنتاجهم ليتصلوا بجمعية الفرانشيز المصرية.

وقد جاءت البرامج المحايدة وغير واضحة الاتجاه بنسبة ١٠% لكل منها، وتمثلت في برنامج (المنتدى الاقتصادي) بتاريخ ١٨/٥/٢٠٠٢، والذي تناول تأثير الأوضاع السياسية في الشرق الأوسط على العلاقات الاقتصادية مع إسرائيل، وقد اتسم اتجاه البرنامج بعدم الوضوح، أما حلقة برنامج (المنتدى الاقتصادي) بتاريخ ١/٦/٢٠٠٢ فقد تناولت مدى إمكانية اتخاذ موقف عربي ضد المصالح الأمريكية في

نظريات الراي العام **=====** الفصل الرابع

البلاد العربية، واتسم اتجاه البرنامج بالحيادية حيث عرض وجهات النظر المختلفة دون تغليب لإحداها على الأخرى.

ثانياً: مسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها في معالجة قضية المقاطعة:-

اشتملت مسارات البرهنة التي قدمتها وسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) على أطروحات متشابهة، كانت أبرزها الأطروحة المؤيدة للمقاطعة، وتضمنت مبررات سياسية واقتصادية واجتماعية وتاريخية، وكان من أبرز المبررات السياسية: الرد على الاعتداءات الإسرائيلية والرد على التحيز الأمريكي السافر لإسرائيل، والضغط على الولايات المتحدة وتهديد مصالحها لتعدل سياستها تجاه الصراع العربي - الإسرائيلي، وكان من أبرز المبررات الاقتصادية: إلحاق الخسائر بالاقتصاد الأمريكي وضرب الاقتصاد الإسرائيلي وتشجيع المنتجات المحلية، وكان من أبرز المبررات الاجتماعية: التعبير عن الغضب الشعبي، ومساندة أبناء فلسطين، وتمثلت المبررات التاريخية في أن سلاح المقاطعة تم استخدامه بنجاح في فترات تاريخية سابقة مثل استخدام سلاح البترول في حرب أكتوبر، واستخدام المصريين لسلاح المقاطعة ضد الاستعمار الأجنبي، واستخدام الولايات المتحدة الأمريكية لسلاح المقاطعة ضد العديد من الدول.

ثالثاً: الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام في معالجة قضية المقاطعة:-

جاءت الأطر المرجعية التاريخية في المرتبة الأولى بين الأطر التي اعتمدت عليها الصحافة، ومن أبرزها: تاريخ الصراع العربي الإسرائيلي، واستخدام سلاح البترول في حرب أكتوبر، وجاء الإطار المرجعي القانوني في المرتبة الثانية، ومن أبرز الأمثلة عليه قرارات مجلس الأمن، وقواعد ومواثيق الشرعية الدولية، واتفاقيات الجات، ثم جاءت تصريحات المسؤولين في المرتبة الثالثة.

وبالنسبة للأطر المرجعية التي اعتمدت عليها التليفزيون نجد الاقتباسات الصحفية في المرتبة الأولى، يليها الأطر المرجعية التاريخية ثم تصريحات المسؤولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقضية المقاطعة^(١٢٢):

انعكس الاتجاه السائد من قبل وسائل الإعلام تجاه المقاطعة على اتجاهات الجمهور العام حيالها حيث نجد أن ٥١,٢% من أفراد العينة اتجاهاهم شديد الإيجابية

الفصل الرابع نظريات الراى العام

نحو المقاطعة فى مقابل ٢٧,٥% اتجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعة أى أن الاتجاه العام للجمهور يغلب عليه التأييد للمقاطعة مما يبرز تأثير وسائل الإعلام ومدى انقسام الصفوة أو اتفاقهم على اتجاهات للجمهور.

ج- نتائج اختبارات الفروض:

اختبار الفرض الاول:

اختبار الفرض الأول (أ) :

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

انضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو المقاطعة حيث إن قيمة كا = ٢ = ٨,٠٠١، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٩٢).

وقد بلغت شدة معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٧٩ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٥١)، وينضح من ذلك أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً. ومن ثم نرفض الفرض الأول (أ).

ويمكن تفسير عدم وجود علاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام والاتجاه نحو قضية المقاطعة فى ضوء الأسباب الآتية:

- إن قضية المقاطعة ليست بالقضية الجديدة حيث بدأت عام ١٩٥١ بقرار من جامعة الدول العربية، وقد تم إنشاء مكتب لمقاطعة إسرائيل ومقره دمشق، وعادة ما تثار قضية المقاطعة فى وسائل الإعلام عندما تزداد حدة الصراع مع إسرائيل، وبالتالي فإن تأثير وسائل الإعلام يكون أقل فى مثل هذه القضايا مقارنة بالقضايا الجديدة التى تثار للمرة الأولى (مثل: قانون التعريف الجمركية الجديدة).
- لعب الاتصال للشخصى دوراً كبيراً فى تشكيل اتجاهات أفراد الجمهور نحو قضية المقاطعة، حيث كان يتم توزيع قوائم سوداء على المنازل فى كافة أنحاء الجمهورية، وتتضمن هذه للقوائم أسماء الشركات التى تساند الصهيونية، وتطالب بمقاطعة بضائعها.

نظريات الراى العام الفصل الرابع

• بالنسبة لكل وسيلة كانت توجد نسبة من الرسائل المعارضة بجانب الرسائل المؤيدة، فعلى سبيل المثال: كانت نسبة الرسائل المؤيدة فى التلفزيون ٦٠% فى مقابل ٤٠% ما بين رسائل معارضة ومحايده وغير واضحة الاتجاه، وبالنسبة لجريدة الأهرام كانت ٧٣,٩% من الرسائل مؤيدة فى مقابل ١٤,٥% من الرسائل معارضة، و ٨,٧% مؤيدة بتحفظ، و ٢,٩% غير واضحة الاتجاه، وفى مجلة روزاليوسف كان يوجد شبه انقسام ما بين التأييد بنسبة ٤٠% والمعارضة بنسبة ٦٠%.

• تتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه زيلر من أن البيئة المعلوماتية متعددة الرسائل والاتجاهات تتخفف قدرتها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجاه، أى أن مسعى وسائل الإعلام للوفاء ببعض متطلبات التغطية الموضوعية أضعف من قدرتها التأثيرية^(١٢٣).

اختبار للفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للتلفزيون ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

لتضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للتلفزيون ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا = ١,٣٧٠، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٤٩)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين ٠,٠٧٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٨٠).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء ما تم ذكره فى الفرض الأول (أ).

اختبار للفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

لتضح وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للصحف ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى حيث إن قيمة كا = ١٢,٨٢٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية

الفصل الرابع نظريات الراي العام

أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢)، ولمعرفة شدة العلاقة بين المتغيرين تم حساب معامل التوافق الذي بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢).

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت شدة العلاقة ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضي وكثيفي التعرض للصحافة من حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى منخفضي التعرض للصحافة (٦٦,٢٢) وكثيفي التعرض للصحافة (٦١,٤٦) حيث إن قيمة (ت) = ٢,٨٥٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٥) أي أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

ويلاحظ أن كثيفي التعرض للصحف اتجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعة مقارنة بمنخفضي التعرض للصحف، ويرجع ذلك إلى أن معظمهم يعتمدون على الصحافة القومية وليست للصحافة المعارضة، والصحافة القومية أقل تأييداً للمقاطعة من الصحافة المعارضة التي اعتمد عليها ٥,٤% فقط من مفردات العينة.

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء نموذج "التلقى - القبول - العينة"، وذلك

على النحو الآتي:

- إذا افترضنا أن الأكثر تعرضاً للمضامين السياسية والاقتصادية في الصحافة أكثر وعياً سياسياً، فإن هؤلاء الأفراد يزداد تعرضهم للرسائل المضادة، كما تزداد قدرتهم على تنفيذ ومقاومة الرسائل المسيطرة^(١٢٤)، وقد يتغير اتجاههم في ناحية للرسائل المضادة (المعارضة للمقاطعة) إذا كانت هذه الرسائل قد اكتسبت مع الوقت كثافة نسبية^(١٢٥)، أي أنهم تحدث لهم ما يسمى بالمقاومة المضادة Countervalent Resistance وهي تلك التي تحدث إذا استوعب الأفراد رسائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها^(١٢٦).

نظريات الراى العام **=====** الفصل الرابع

اختبار الفرض الثانى:

يؤثر متغير مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

تم حساب معامل الارتباط الجزئى بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير الوعى السياسى، وقد بلغت قيمة المعامل -0,014 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,803). وبعد ذلك تم حساب معامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة وجود متغير مستوى الوعى السياسى، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0,14 عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,04).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول المتغير الوسيط زاد من شدة العلاقة وحولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الوعى السياسى ومتغير شدة الاتجاه -0,14 عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,011).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى فى مستوى الوعى السياسى من حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابى، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى مستوى الوعى السياسى (64,6) ومرتفعى مستوى الوعى السياسى (61,9) حيث إن قيمة (ت) = 2,06، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,041)، مما يعنى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الوعى السياسى وشدة الاتجاه.

ومن ثم نقبل الفرض الثانى.

ويمكن للباحثة تفسير هذه النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يحتمل بدرجة أكبر أن يكونوا قد تعرضوا فى فترات سابقة لرسائل إعلامية تتناول قضية المقاطعة، أى أن الموضوع بالنسبة لهم قد لا يكون جديداً مما يجعل اتجاهاتهم تتسم بدرجة أكبر من الثبات، وهذا هو التفسير ذاته الذى قدمه فينكل (Finkel 2000).

الفصل الرابع نظريات الراى العام

لتأثير متغير الوعى السياسى فى الدراسة التى أجراها فى جمهورية الدومينيكا^(١٢٧) Dominican Republic، كذلك فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يقاومون الرسائل السائدة لأنهم يتعرضون لمعلومات متنوعة مما يمكنهم من مجادلة تلك الرسائل السائدة فى وسائل الإعلام، كما أنهم يمتلكون مخزوناً كبيراً من الاعتبارات Considerations، وبالتالي فإن قبول أية رسالة جديدة يتأثر بتلك الاعتبارات المختزنة من قبل، وهو ما يعرف بالمقاومة الذاتية Inertail Resistance^(١٢٨).

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه الإيجابى فى حالة ضبط متغير مستوى مألوفية القضية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته -٠,٠٥٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩٩)، وبمقارنته بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجود المتغير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩)، وبمقارنته بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجود المتغير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢١٨) نجد أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين مما يثبت أن دخول المتغير الوسيط (مألوفية القضية) على العلاقة لم يؤثر عليها، ويؤكد ذلك أيضاً أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه بلغت -٠,٠٧٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٦٠) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض الثالث.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ارتفاع مستوى مألوفية قضية المقاطعة بالنسبة لمعظم مفردات العينة حيث إن ٩٢,٢% منهم لديهم مستوى متوسط إلى مرتفع من المألوفية، وبالتالي لم يكن هذا المتغير الوسيط عاملاً حاسماً فى تحديد مستوى التأثير

نظريات الراى العام --- الفصل الرابع

برسائل وسائل الإعلام بخصوص القضية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط للشخصى بالقضية) على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة مع ضبط متغير الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -0,02 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,686)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد 0,58 عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,0001)، مما يعنى قوة العلاقة بين متغير مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة من منظور الدراسات الإنسانية، ويلاحظ أن العلاقة عكسية، فكلما ارتفع مستوى الانغماس انخفضت شدة الاتجاه الإيجابى.

وللتعرف على ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين منخفضى ومرتفعى الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً معنوية بين المتوسطات لدى كل من منخفضى الانغماس (64,7) ومرتفعى الانغماس (50,8)، حيث بلغت قيمة (ت) 10,62، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,0001) أى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الانغماس وإيجابية الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع.

ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكثر انغماساً وارتباطاً شخصياً - وهم العاملون فى الجهات الأجنبية فى مصر سواء كانت مصانع أو شركات أو مطاعم - هم الأكثر تضرراً من تطبيق المقاطعة، ولذلك فإنهم كانوا أكثر مقاومة للرسائل الإعلامية المؤيدة للمقاطعة والتى كانت سائدة فى وسائل الإعلام لأنها تتعارض مع مصالحهم الشخصية.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة للعلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته -0,08 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,144)، وللتعرف على شدة العلاقة بعد دخول متغير درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت شدته 0,08 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,344)، ويلاحظ أن قيمة معاملى الارتباط متساوية فى الحالتين، كما أنها علاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً أى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

ويؤكد هذه النتيجة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقل ومتغير درجة إعمال العقل ومتغير شدة الاتجاه إذ بلغت -0,02 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,96)، مما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين. وبذلك نرفض الفرض الخامس.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة وإن كانت تهم غالبية أفراد المجتمع إلا أنها لا تؤثر بصورة مباشرة إلا على نسبة محدودة، ولذلك فإن 69,2% من مفردات العينة لديهم مستوى منخفض من الانغماس، وبالتالي ينخفض مستوى دافعيتهم لإعمال العقل فى الرسائل التى يتعرضون لها، مما يترتب عليه أن متغير درجة إعمال العقل لم يكن متغيراً حاسماً فى تحديد مستوى التأثير بالرسائل الإعلامية. **اختبار الفرض السادس:**

اختبار الفرض السادس (أ):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة. للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -0,082 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,14)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد 0,086 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,33)، ويلاحظ أن قيمة المعاملين ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، مما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الحاجة للمعرفة ومتغير شدة الاتجاه 0,026 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,63) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (أ).

اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط للجزئى الذى بلغت قيمته -0,078 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,10)، وعند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة كانت قيمة معامل الارتباط المتعدد 0,082 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,331) مما يوضح عدم وجود علاقة فى الحالتين حيث إن قيمة معامل الارتباط ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، كما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوسيط على شدة العلاقة.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجاه 0,024 عند مستوى معنوية أكبر من 0,05 (0,67) مما يؤكد عدم وجود علاقة.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة كانت قضية اتجاه سائد حيث كانت تميل معظم الوسائل الإعلامية إلى تأييد المقاطعة - من حيث المبدأ - وكذلك كان معظم أفراد الجمهور، ولذلك فإن مستوى الميل للجدال لم يكن عاملاً حاسماً فى

الفصل الرابع نظريات الراى العام

تحديد مدى التأثير بالرسائل الإعلامية التى تناولت القضية.

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط تأثير المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته - ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١١)، وللتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٨)، ويتضح مما سبق تساوى قيمة المعاملين، وهى قيمة ضعيفة جداً، كما أن العلاقة غير دالة إحصائياً أى أنه لا يوجد تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى السلطوية وشدة الاتجاه - ٠,٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩) مما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

اختبار الفرض السادس (د):

يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط مستوى تقدير الذات، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته - ٠,٠٨٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٢٤)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٨٤)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها بل ظلت ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً.

نظريات الراس العام الفصل الرابع

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشدة الاتجاه -
٠,٠٢١ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٦٩).

ومن ثم نرفض الفرض السادس (د).

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة
من حيث شدة الاتجاه نحو المقاطعة.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ONE-WAY
ANOVA لمعرفة مدى التباين في متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين على
التلفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضة،
والمعتمدين على الاتصال الشخصي، وقد أظهرت نتائج التحليل وجود تباين ذي دلالة
إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه
نحو المقاطعة حيث إن قيمة (ف) = ٤,٧٥٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى
معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة،
وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكي Tukey،
وهو ما يتضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١١)

اختبار توكي Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات في متوسطات شدة الاتجاه نحو المقاطعة

متوسطات شدة الاتجاه	الاتصال الشخصي	القنوات الفضائية	الإذاعات الأجنبية	الصحافة المعارضة	الصحافة القومية	التلفزيون المصرى	مصدر التباين
٦١,٨١		•					التلفزيون المصرى
٦٠,٦٩		•		•			الصحافة القومية
٦٨,٢٢					•		الصحافة المعارضة
٦٢,١٤							الإذاعات الأجنبية
٦٨,٥٢	•				•	•	القنوات الفضائية
٦٢,٩٨		•					الاتصال الشخصي

(*) تشير هذه العلامة إلى الاختلاف للدلالة بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو المقاطعة لدى الباحثين المعتمدين على القنوات الفضائية (٦٨,٥٢) من ناحية، والمعتمدين على كل من التلفزيون المصرى والصحافة القومية والاتصال الشخصى من ناحية أخرى حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديهم ٦١,٨١، ٦٠,٦٩، ٦٢,٩٨ على التوالي، أى أن المعتمدين على القنوات الفضائية كان اتجاههم أكثر إيجابية نحو المقاطعة مقارنة بالمعتمدين على الصحافة القومية والتلفزيون المصرى والاتصال الشخصى، كما يتضح من الجدول أيضاً أن هناك تبايناً بين الأفراد المعتمدين على الصحافة القومية (٦٠,٦٩) والمعتمدين على الصحافة المعارضة (٦٨,٢٢) فالمجموعة الثانية أكثر تأييداً للمقاطعة من المجموعة الأولى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات الباحثين نحو قضية المقاطعة كانت متفقة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

مع اتجاهات الوسائل التى اعتمدوا عليها، فعلى سبيل المثال نجد أن المعتمدين على الصحافة المعارضة أكثر تأييداً للمقاطعة من المعتمدين على الصحافة القومية حيث إن الصحافة المعارضة عادة ما تكون أكثر تشدداً فى مواقفها من الصحافة القومية.

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام وشدة الاتجاه نحو المقاطعة مع ضبط متغير الفئة التى ينتمى إليها المبحوث، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -0.082 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.131)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغير الوسيط تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته 0.46 عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.0001)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط زاد من شدة العلاقة بدرجة كبيرة كما حولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلى علاقة دالة إحصائياً مما يوضح قوة تأثير هذا المتغير على العلاقة.

وللتعرف على مدى التباين بين المجموعات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء تحليل تباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA بين المجموعات، والذى أظهرت نتائجه وجود تباين بين المجموعات من حيث شدة الاتجاه حيث إن قيمة (ف) = 61.69 ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01 (0.00001).

وللتعرف على مصدر التباين، تم إجراء اختبار توكى Tukey الذى تظهر نتائجه فى الجدول الآتى:

جدول رقم (١٢)

اختبار توكي Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات في متوسطات شدة الاتجاه

متوسطات شدة الاتجاه	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية	جمهور عام	مصدر التباين
٦٤,٨٨	•			جمهور عام
٦٢,٢	•			عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية
٤٩,١٩		•	•	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية

• تشير إلى الاختلاف الدلالي بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تبايناً بين كل من الجمهور العام والعاملين في جهات وطنية من ناحية، والعاملين في الجهات الأجنبية من جهة أخرى، ويظهر ذلك في الفارق الكبير بين المتوسطات حيث إن متوسط شدة الاتجاه لدى الجمهور العام كان ٦٤,٨٨ ولدى العاملين بالجهات الوطنية كان ٦٢,٢% بينما لدى العاملين بالجهات الأجنبية كان ٤٩,١٩.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

وترجع تلك النتيجة إلى أن الفئة التي ينتمى إليها الفرد تحدد النتائج التي ستعود عليه من تطبيق المقاطعة، فعلى سبيل المثال نجد أن العاملين بالجهات الأجنبية مثل المطاعم والمصانع هم أكثر الفئات تضرراً، ولذلك كانوا الأكثر معارضة للمقاطعة.

اختبار الفرض التاسع:

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط المتغير الوسيط (مستوى التعليم)، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت قيمته

نظريات الراى العام الفصل الرابع

٠,٠١٦- عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٣)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط فى العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٠) وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط لم يؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، فهو وإن كان قد زاد من شدة العلاقة إلا أنها ظلت علاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى التعليم وشدة الاتجاه - ٠,١١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣٧) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين المتغيرين، ولكنها ضعيفة.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير الفئة العمرية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته - ٠,٠٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٣)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغير الوسيط تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قوته ٠,١٠ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٧)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين، أى أن دخول المتغير الوسيط لم يؤثر على قوة العلاقة أو يحولها إلى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الفئة العمرية وشدة الاتجاه - ٠,٠٦٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٥) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير تلك النتيجة بأن قضية المقاطعة لا ترتبط بفئة عمرية دون الأخرى، وإنما هى قضية سياسية أيديولوجية شغلت الشباب، وخاصة شباب الجامعات

الذي خرج في مظاهرات مطالباً بالمقاطعة، كما شغلت كبار السن، وحتى أطفال المدارس شاركوا في عملية المقاطعة، ولذلك فإن الفئة العمرية لم تكن عاملاً حاسماً في تحديد مدى الاهتمام بالقضية، أو مدى التأثير بالتغطية الإعلامية الخاصة بها.

اختبار الفرض التاسع (ج):

يؤثر متغير النوع على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه في حالة ضبط متغير النوع، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت قيمته - ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط (النوع) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت قيمته ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة زاد من شدتها، مما يوضح أن له تأثيراً على شدة العلاقة.

وللتعرف على مدى معنوية الفروق بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً معنوية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الذكور (٦١,٥) والإناث (٦٤,٦) لصالح الإناث حيث إن قيمة (ت) = - ٢,٨٩ وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، أي أن هناك علاقة بين متغير النوع وشدة الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض التاسع (ج).

وترجع تلك النتيجة إلى أن الذكور كانوا أكثر انغماساً في قضية المقاطعة لأن بعضهم يعمل في جهات أجنبية ستلحق بها أضرار كثيرة نتيجة للمقاطعة، ولذلك كان الذكور أقل تأثراً بالتغطية الإعلامية التي يغلب عليها تأييد المقاطعة، وبالتالي كانت اتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القضية مقارنة بالإناث، أي أن الإناث كن أكثر تأثراً بالتغطية المؤيدة للمقاطعة.

نظريات الراى العام ===== الفصل الرابع

الخلاصة :-

يمكن من خلال النتائج التى تم التوصل إليها من خلال اختبارات الفروض فى التطبيقين، تقسيم المتغيرات الوسيطة إلى ثلاث فئات على النحو التالى:

أ- متغيرات قوية التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى ثبت تأثيرها فى التطبيقين على مدة العلاقة بين حجم التعرض والاتجاه سواء بالإيجاب أو بالسلب، وهى متغيرات مستوى الوعي السياسى، ومستوى الانغماس فى القضية، والفئة النوعية التى ينتمى إليها المبحوث، ونوع الوسيلة التى يعتمد عليها.

ب- متغيرات متوسطة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى ثبت تأثيرها فى تطبيق، ولم يثبت فى تطبيق آخر، وهى: مستوى مألوفية القضية (التطبيق الأول)، درجة إعمال العقل (التطبيق الأول)، نوع المبحوث (التطبيق الثانى).

ج- متغيرات ضعيفة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى لم يكن لها تأثير فى التطبيقين، وهى المتغيرات الخاصة بالسمات الشخصية (الحاجة للمعرفة، الميل للجدال، السلطوية، تقدير الذات)، ومستوى التعليم والسن والانتماء الحزبى.

ونخلص من نتائج اختبارات الفروض إلى أن طبيعة القضية تعد هى المحدد الرئيسى لمدى ثبات صحة فروض النموذجين أو عدم ثبات صحتها، ولذلك ينبغى إجراء دراسات مستقبلية على نوعيات مختلفة من القضايا، وفئات مختلفة من الجمهور للتحقق من مدى ثبات صحة الفروض عبر التطبيقات المختلفة.

نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول": Reception - Elaboration - Acceptance

Model

تقترح للباحثة - بناء على النتائج التى توصلت إليها للدراسة - نموذجاً تكاملياً يجمع بين نموذج "التلقى - القبول - العينة" ونموذج "إحتمالية إعمال العقل"، وهو نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول" Reception- Elaboration- Acceptance Model (REA)، وهو نموذج يستفيد من مزايا النموذجين، ويتلافى النفاط التى أغفلها

الفصل الرابع نظريات الراى العام

كل نموذج، ويمكن أن يكون منطلقاً لدراسات مستقبلية.

وتقوم فكرة النموذج المقترح على حقيقة أن عملية التلقى وعملية إعمال للعقل لا يحدثان بشكل متزامن، وإنما بشكل متتابع، ولذلك يمكن تحقيق الربط والتكامل بين النموذجين، ويمكن توضيح ذلك فى النقاط التالية:

تمر عملية تشكيل وتغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج "التلقى - إعمال للعقل - القبول" REA بالمراحل الآتية:

مرحلة التلقى: بما فيها من انتباه وفهم للرسالة، وهى تعد نقطة الارتكاز الأساسية للنموذج، فبدون حدوث انتباه وفهم للرسالة لا يمكن أن ينتقل الفرد للمراحل التالية فى عملية تشكيل الاتجاه، ولكن مع ملاحظة أن مستويات الفهم متفاوتة بين الأفراد حيث يتحكم فى ذلك متغيرات كثيرة، منها: مستوى المعرفة السابقة والمستوى التعليمى والإطار الثقافى والسياق الذى تقدم من خلاله الرسالة، وغيرها من المتغيرات.

مرحلة إعمال للعقل: وهى المرحلة التالية لعملية التلقى، وفيها يتدرج المتلقى فى مستوى إعماله للعقل فى الرسائل التى تلقاها ما بين اللا إعمال للعقل (الطريق الهامشى) والإعمال التام (الطريق المركزى)، مع ملاحظة أن مستوى إعمال العقل يرتبط إلى حد كبير بمستوى الفهم الذى حدث فى المرحلة السابقة.

مرحلة القبول (أو الرفض): وفيها يقبل المتلقى (أو يرفض) الرسائل التى تلقاها بناء على النتيجة التى خرج بها من إعمال عقله فى هذه الرسائل، وما تتضمنه من حجج وبراهين ومفاتيح هامشية.

مرحلة تغيير الاتجاه: وهى المرحلة النهائية والمترتبة على مدى قبول أو رفض الرسائل التى تم تلقيها وإعمال العقل فيها^(١٢٩).

- (1) Robert S. McWilliams (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision- Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, no.12A, p. 4925.
- (2) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", **American Political Science Review**, vol. 89, no.1, p. 182.
- (3) Richard Petty & John Cacioppo (1986a) "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion" In: Leonard Berkowitz (ed.) "Advances In Experimental Social Psychology", vol.19, (London, Academic Press, Inc.), p. 125.
- (4) Kathleen Kelley Reardon (1991) "Persuasion In Practice" (London: Sage Publications), p. 68.
- (5) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), Op. Cit., p. 127.
- (6) Daniel O'Keefe (1991) "Persuasion: Theory and Research" 3rd ed. (Calif.: Sage Publications), p. 96.
- (7) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", **Journal of Marketing Research**, vol. XXXIII, p. 410.
- (8) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), Op. Cit., p. 129.
- (9) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) "An Integrated Approach to Communication Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers), p. 264.
- (10) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), Op. Cit., p. 125.
- (11) Emory Griffin (1994) "A First Look at Communication Theory", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.), p. 239.
- (12) Shelly Chaiken (1980) "Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues In Persuasion", **Journal of Personality and Social Psychology**, vol. 39, no.5, pp. 753-754.
- (13) Emory Griffin, Op. Cit., pp. 244-245.

- (14) Daniel O'Keefe, **Op. Cit.**, pp. 106-107.
- (15) Emory Griffin, **Op. Cit.**, p. 239.
- (16) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", **Annual Review of Psychology**, vol. 41, p. 510.
- (17) **Ibid**, pp. 510-511.
- (18) **Ibid**, p. 507.
- (19) Robert Cialdini et al. (1981) "Attitude and Attitude Change", **Annual Review of Psychology**, vol. 32, p. 365.
- (20) Abraham Tesser & David Shaffer, **Op. Cit.**, p. 507.
- (21) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, p. 127.
- (22) **Ibid**, p. 128.
- (23) **Ibid**, p. 132.
- (24) **Ibid**, p. 138.
- (25) **Ibid**, p. 152.
- (26) **Ibid**, p. 163.
- (27) **Ibid**, p. 175.
- (28) **Ibid**, pp. 136-137.
- (29) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention and Perceptions of Message Relevance In the Response to Persuasive Appeals", **Communication Research**, vol. 17, p. 571.
- (30) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, pp. 145-146.
- (31) Richard Petty & John Cacioppo (1990), "Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", **Psychological Bulletin**, vol. 107, no.3, p. 368..
- (32) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", **Journal of Experimental Social Psychology**, vol. 30, pp. 556-579.

- (33) Mohammed Pourslami (1996) "College Students' Candom Use Intention: Persuasion Through The Theory of Reasoned Action and Elaboration Likelihood Model", Doctoral Dissertation, The University of Toledo, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, no. 3A, p. 1039.
- (34) Michael Tarrant & Christine Overdevest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources**, vol.10, pp. 537-550.
- (35) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association, August 4-8/2000, Pennsylvania.
- (36) Nancy A. Rader (1994) "Dual Information Processing: Can It Occur When Music is Utilized as a Peripheral Cue in Persuasive Communications ?", Doctoral Dissertation, University of Southern California, **Dissertation Abstracts International**, vol. 56, no. 9B, p. 5226.
- (37) Wai-Peng Lee (1997) "The Effects of Cognitive And Affective Inoculation Appeals In Conferring Resistance Against Cognitive and Affective Attacks", Doctoral Dissertation, The University of Wisconsin- Madison, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, No. 10A, p. 3768.
- (38) Marion E. Davis (2001) "The Influence of Cultural Styles of Reasoning on Attitudinal and Cognitive Responses to Persuasive Messages", Doctoral Dissertation, University of Michigan, **Dissertation Abstracts International**, vol. 62, no.18, p. 598.
- (39) Richard Petty & John Cacioppo (1982), Op. Cit., p. 116.
- (40) Angela M. Carter (1998) "Need for Cognition and Interpersonal Influence: Individual Difference In Impact on Group Decisions", Master Dissertation, Queen's University At Kingston (Canada), **Master Abstracts International**, Vol. 37, No.1, p. 382.

- (41) Robert J. Weiss (2000) "Implications of the Elaboration Likelihood Model for Automation Monitoring Failure", Doctoral Dissertation, The University of Nebraska, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, No. 48, p. 2259.
- (42) Jennifer D. Greer (1996) "Unleashing the Watchdogs On Political Advertising: The Influence of Need for Cognition, Argument Quality, and Source Credibility on Newspaper Adwatch Effectiveness", Doctoral Dissertation, University of Florida, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, no. 10A, p. 4178.
- (43) Steven L. Michaels (1997) "Cognitive and Affective Responses to Humerous Advertisements", Doctoral Dissertation, Wayne State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no.11B, p. 6282.
- (44) Paul A. Estin (1998) "Examples In Decision Argumentation (Persuasion)", Doctoral Dissertation, The University of Michigan, **Dissertation Abstracts International**, vol. 59, No. 7B, p. 3724.
- (45) Robert S. McWilliams (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision-Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, No. 12A, p. 4925.
- (46) Daniel A. Hrubes (2001) "The Role of Nonverbal Behavior in Persuasion", Doctoral Dissertation, University of Massachusetts Amherst, **Dissertation Abstracts International**, vol. 62, No. 9B, p. 4274.
- (47) Ronald O.Bearden (2002) "Hermeneutical Aids to Conclusion Drawing, Polyseny Reduction, and Persuasion with Implications for Homiletic Theory", Doctoral Dissertation, Regent University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 63, no. 2A, p. 418.
- (48) Bruce A. Landis (1988) "The Effects of Argumentativeness and Issue Involvement on Persuasiveness, Persuasibility, and Group Interaction", Doctoral Dissertation, Kent State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 50, No. 6A, p. 1482.

- (49) Dean C. Kazoleas (1992) "The Impact of Argumentativeness and Cynicism on Cognitive Response and Attitude Change", Doctoral Dissertation, Michigan State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 53, no. 7A, p. 2160.
- (50) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1, p. 121.
- (51) Barbara J. Leclerc (1997) "Argumentation and Appropriate Resistance to Persuasion", Doctoral Dissertation, State University of New York at Stony Brook, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 9A, p. 3565.
- (52) Michael W. Rowley (1997) "Channel and Multiple Sources: An Examination of the Effects of Peripheral Cues On Persuasion", Doctoral Dissertation, The Florida State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 60A, p. 2192.
- (53) Yasmin Gobal (1996) "Selling In Cyberspace: An Investigation of Modality Effects on Cognitive Processing of Persuasive Communication on the Internet (World Wide WEB)", Doctoral Dissertation, University of Georgia, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 2A, p. 330.
- (54) Arnold B. Bakker (1999) "Persuasive Communication About AIDS Prevention: Need for Cognition Determines the Impact of Message Format", **AIDS Education And Prevention**, vol. 11, no. 2, pp. 150-162.
- (55) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review**, Vol. 85, No. 4, pp. 1215-1216.
- (56) **Ibid.**, p. 1216.
- (57) John Zaller (1992) "The Nature and Origins of Mass Opinion" (London: Cambridge University Press), p.58.
- (58) Martin Johnson (2001) "The Influence of Contextual Information, Repeated Interaction, and Social Connectedness on Political Behavior" **Unpublished Paper**, Texas, p. 2.

يمكن الحصول على الدراسة بمراسلة الباحث على عنوان البريد الإلكتروني:
Pressley@rice.Edu

- (59) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?, 14-19 April 2000, Copenhagen, p.5.
- (60) John Zaller (1992), Op. Cit., p. 36.
- (61) Ibid., p. 308.
- (62) John Zaller (1987) "Diffusion of Political Attitudes", Journal of Personality and Social Psychology, vol. 53, No. 5, p. 822.
- (63) John Zaller (1992), Op. Cit., p. 308.
- (64) Ibid, pp. 139-140.
- (65) Ibid, pp. 118-119.
- (66) John Zaller (1991), Op. Cit., p. 1218.
- (67) John Zaller & Stanely Feldman (1992a) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", American Journal of Political Science, vol. 36, no.3, p. 585.
- (68) John Zaller (1992), Op. Cit., p. 40.
- (69) Ibid., p. 42.
- (70) John Zaller (1991), Op. Cit., p. 1216.
- (71) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", American Political Science Review, vol. 92, no. 1, p. 113.
- (72) John Zaller (1991), Op. Cit., p. 1215.
- (73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", American Politics Quarterly, vol. 25, p. 289.
- (74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, Op. Cit., p. 124.

- (75) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**, p. 5.
- (76) John Zaller (1991), **Op. Cit.**, p. 120.
- (77) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, p. 210.
- (78) **Ibid.**, p. 21.
- (79) **Ibid.**, p. 21.
- (80) **Ibid.**, p. 17.
- (81) **Ibid.**, p. 21.
- (82) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**, p. 4.
- (83) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, p. 289.
- (84) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", **International Studies Quarterly**, vol. 42, p. 33.
- (85) **Ibid.**, p. 36.
- (86) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, pp. 8-9.
- (87) **Ibid.**, p. 11.
- (88) **Ibid.**, p. 20.
- (89) **Ibid.**, p. 23.
- (90) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) **"Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War"** (Chicago and London: The University of Chicago Press), p. 188.
- (91) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter- Oskedastic Probit Model of Competing Values", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no. 4, pp. 1077-1078.
- (92) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association**, The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.

- (93) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, **Op. Cit.**, pp. 111-126.
- (94) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**
- (95) Rüdiger Schmitt-Beck (2001) "Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective", Unpublished Paper.
تم الحصول على هذه الدراسة بالاتصال الشخصي بالباحث على عنوان البريد الإلكتروني: schmitt-beck@zuma-mannheim.de.
- (96) Iheanyi Emmanuel Okoro (1996) "The Role of the U.S. Mass Media in The Political Socialization of Nigerian Immigrants in the United States", Doctoral Dissertation, University of North Texas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, No. 07A, p. 3231.
- (97) Steven E. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", **Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"**, University of Houston, February 16-19, 2000.
- (98) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, pp. 287-318.
- (99) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, **Op. Cit.**, pp. 29-62.
- (100) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott, **Op. Cit.**
- (101) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, pp. 287-318.
- (102) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association**, Washington, D.C.
- (103) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.ntsuh.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.

- (104) Michael Butzer & Lionel Marquitz, Op. Cit.
- (105) Rüdiger Schmitt-Beck, Op.Cit.
- (106) Constance Carole Milbourne (1992) "An Application of The Elaboration Likelihood Model: Motivation of Students on the Senior Assessment in General Education, The University of Tennessee, Dissertation Abstracts International, vol.53, no. 7A, p. 2161.
- (107) Robin L. Nabi (1998) "Reasoning Through Emotion: An Explication and Test of a Cognitive-Functional Model for The Effects of Discrete Negative Emotions on Information Processing, Attitude Change, and Recall", Doctoral Dissertation, University of Pennsylvania, Dissertation Abstracts International, vol. 59, no. 4A, p. 996.
- (108) R. Michael Alvarez & John Brehm, Op. Cit., pp. 1055-82.
- (109) Li Chu Chen (1997) "The Mediating Role of Prior Knowledge and Involvement in The Response to Persuasive Appeals", Doctoral Dissertation, State University of New York, Dissertation Abstracts International, vol. 58, no. 78, p. 3938.

(١١٠) قام بإجراء الثبات مع الباحثة كل من د. أيمن منصور ندا (المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام)، و أ. إيمان فتحى (الباحثة بقسم العلاقات العامة والإعلان - بكلية الإعلام).

(١١١) قام بتحكيم الاستمارة الأساتذة الآتية أسماؤهم:

- أساتذة الإعلام: أ.د. محمود يوسف، أ.د. سلوى إمام، د. محمد نبيل طلب، د. نهلة الحفناوى.

- أساتذة الاقتصاد: أ.د. منى البرادعى، أ.د. عبد الحميد غزالى، أ.د. محمد رفيف مسعد، أ.د. سامى السيد.

- أساتذة علم النفس: أ.د. صفوت فرج، أ.د. محمد نجيب الصبوة.

(١١٢) لمزيد من التفاصيل عن نتائج اختبارات الثبات: شيماء نو الفقار حامد (٢٠٠٣) "التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة فى مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأى العام نحو هذه القضايا. دراسة مسحية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

(١١٣) تم اعتبار سن الثامنة عشرة بداية لإطار العينة باعتباره يمثل نهاية مرحلة الطفولة وفقاً لتعريف لليونسكو وقانون الطفل المصرى.

(١١٤) تم تطبيق الدراسة على ٧٠٠ مفردة بواقع ٣٥٠ مفردة فى كل تطبيق، ولكن تم استبعاد الاستثمارات للناقصة أو التى وجد بها عدم اتساق فى الإجابات.

(١١٥) الفروق الموجودة بين عدد مفردات العينة داخل كل حى يرجع إلى استبعاد بعض الاستثمارات غير المكتملة أو التى بها عدم اتساق فى الإجابات، وفى التطبيق الثانى يلاحظ زيادة نسبة العينة فى الحى المتوسط وذلك لتركز العاملين بالمصانع والمطاعم فى الأحياء المتوسطة.

(١١٦) يلاحظ فى التطبيق الثانى زيادة عدد الذكور عن عدد الإناث، وذلك يرجع إلى أن العاملين بالمصانع والمطاعم التى تم التطبيق فيها كانوا من الذكور.

(١١٧) قام الباحثون الآتية أسماؤهم بمعاونة الباحثة فى ملء الاستثمارات مع الجمهور: (الباحثون من خريجى كلية الإعلام).

أ. صلاح فتحى، أ. أحمد الخشاب، أ. ريهام الطيب، أ. دينا عبد السلام، أ. محمود زكى، أ. محمد فتحى، أ. نسرین عبد العزيز.

(١١٨) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الأول: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣) مرجع سابق، ص ص ٣١٤-٣٥٧.

(119) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, Op. Cit., pp. 29-62.

(120) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention, and Perceptions of Message", *Communication Research*, vol. 17, pp. 571-601.

(١٢١) تم التطبيق على تجار سوق غزة، وهم يعتمدون فى تجارتهم على البضائع المستوردة التى يتم تهريبها إلى داخل القاهرة.

(١٢٢) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الثانى: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣)، مرجع سابق، ص ص ٤٣٤-٤٧٥.

(123) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, Op. Cit., pp. 111-126.

(124) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, *Op. Cit.*, p. 289.

(125) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 120.

(126) *Ibid*, p. 140.

(127) Steven E. Finkel, *Op. Cit.*

(128) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 140.

(129) لمزيد من التفاصيل عما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية، وما تقدمه من

اقتراحات للمجال الإعلامي التطبيقي: شيماء ذو الفقار حامد (2003) مرجع

سابق، ص ص 519-521.

قائمة بأهم مراجع الكتاب

قائمة بأهم مراجع الكتاب

- (1) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", **Annual Review of Psychology**, vol. 41
- (2) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. **International Journal of public opinion Research**, vol. 8
- (3) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third-person Effect. **Journalism Quarterly**. Vol. 70, pp. 2-11.
- (4) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 18. No. 2
- (5) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third-Person perception and Support for censorship of pornography. **Journal of Communication**, vol. 45, No. 2.
- (6) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", **Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association**, August 4-8/2000, Pennsylvania.
- (7) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", **Journal of Experimental Social Psychology**, vol. 30, pp. 556-579.
- (8) Blais Johnson et al. (1992) "Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election" (Stanford: Stanford University Press)
- (9) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation . **Public Opinion Quarterly**, Vol.25, No.3.
- (10) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6
- (11) Daniel O'Keefe (1991) "Persuasion: Theory and Research" 3rd ed. (Calif.: Sage Publications)

- (12) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 10, no.1
- (13) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", **Communication Yearbook**, 20,
- (14) Davison, Philips (1983), The Third – Person Effect in Communication, **Public Opinion Quarterly**, Vol.47
- (15) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1
- (16) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 26, no. 2
- (17) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. **International Journal of public opinion Research**. Vol, 2
- (18) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2
- (19) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election . **European Journal of Social Psychology**, Vol.25
- (20) Emory Griffin (1994) "A First Look at Communication Theory", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.),
- (21) Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zilmann & Jennings Bryant (Eds.) "Media Effects Advances In Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)
- (22) Eveland, William et al (1999) " Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Percention. **Communication Research**. Vol.26. No.3.

- (23) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Saliience", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no.1
- (24) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. **Journalism Quarterly**, vol. 65.
- (25) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequences, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4
- (26) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, **Communication Research**, Vol.25, No.5
- (27) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? **International Journal of public opinion Research**, vol. 8.
- (28) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. **International Journal of Public opinion Research**, vol. 8,
- (29) Hyes, Andrew et al (2001) " Willings To Express One's Opinion in a Realistic as a function of perceived support for that opinion ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.13, No. 1
- (30) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", **American Political Science Review**, vol. 89, no.1
- (31) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First- person and perceived Third- person Mass Media Effects. **Journalism Quarterly**, vol. 86 (spring- summer).
- (32) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) "Television and Political Advertising", vol.1 (New Jersey: Erlbaum
- (33) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), "Do The Media Govern ?: Politicians, Voters and Reporters In America". (Calif.: SAGe Publications),

- (34) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. **Communication Research**, vol. 27 no. 1
- (35) John Zaller & Stanely Feldman (1992) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", **American Journal of Political Science**, vol. 36, no.3
- (36) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review**, Vol. 85, No. 4,
- (37) John Zaller (1992) "The Nature and Origins of Mass Opinion" (London: Cambridge University Press),
- (38) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) "Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War" (Chicago and London: The University of Chicago Press),
- (39) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.ntsuh.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.
- (40) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **American Political Science Review**, vol.87, no.4
- (41) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol. 49, no. 4,
- (42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol.49, no.4,
- (43) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. **European Journal of Social psychology**, vol. 25,

- (44) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. **European Journal of Social Psychology**, vol. 25,
- (45) Kathleen Kelley Reardon (1991) "Persuasion In Practice" , (London: Sage Publications),
- (46) Katz, Elihu (1995), " Introduction : The State of the Art " In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), **Public Opinion and the Communication of Consent** . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .
- (47) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) "**Perspectives on Media Effect**", (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)
- (48) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: prceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6
- (49) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) "**Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research**" (New Burypark: Sage Publications)
- (50) Major, Ann Marie (1997) Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction, **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.9, No.2,
- (51) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", **The Journal of Politics**, vol. 58, No.1
- (52) Michael B. Salwen & paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. **Journal of Communication**, vol. 47, no. 2,
- (53) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", **Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?**, 14-19 April 2000, Copenhagen,

- (54) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.**
- (55) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) **"An Integrated Approach to Communication Theory and Research"** (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers),
- (56) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. **Communication Research. Vol. 26, No. 5**
- (57) Michael Tarrant & Christine Overdeest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources, vol.10,**
- (58) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant Paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. **International Journal of public opinion research, vol. 11, no. 4.**
- (59) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) **Social Comparison : Contemporary Theory and Research, Hillsdale, NJ : Erlbaum,**
- (60) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), Collective Errors and Errors about the Collective, **Personality and Social Psychology Bulletin, Vol.20,No.5,.**
- (61) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), **The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin, The University of Chicago Press,**
- (62) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. **Journalism and Mass Communication Quarterly, vol. 74, No. 3,**
- (63) Perloff, Richard (1993), **Third – Person Effect Research (1983-1992) : A Review and Synthesis . International Journal Of Public Opinion Research, Vol.5, No.2,**

- (64) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", **International Studies Quarterly**, vol. 42
- (65) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", **Journal of Marketing Research**, vol. XXXIII,.
- (66) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus : Some Consequences of misperceiving the Social Norm, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.64, No.2
- (67) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwiting Actors, In Mark P.Zanna (ED) **Advanced in Experimental Social Psychology**, Vol.28, New York, Academic Press.
- (68) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter- Oskedastic Probit Model of Competing Values", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no. 4.
- (69) Richard M. perloff (1993) Third – person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis. **International Journal of public opinion Research**, vol. 5, no. 2
- (70) Richard M. perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann crigler (ed) **The pyschology of political communication**. Ann Arbor: The University of Michigan press.
- (71) Richard Petty & John Cacioppo (1990), Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", **Psychological Bulletin**, vol. 107, no.3
- (72) Robert Goidel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly**, vol. 25
- (73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly**, vol. 25

- (74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", **American Political Science Review**, vol. 92, no. 1
- (75) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third – Person Perception In Support Of Press Restintions In The O.J. Simpson Trial . **Journal Of Communication**, Vol.47, No.2,
- (76) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, **The International Journal of Public Opinion Research**, Vol.5
- (77) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases . **Public Opinion Quarterly**, Vol.61, No.
- (78) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No. 1
- (79) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", **Communication Research**, vol. 20, no. 3
- (80) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. **Health Psychology**, vol. 16 No. 2
- (81) StevenE. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught ? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", **Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"**, University of Houston, February 16-19, 2000.
- (82) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association**, Washington, D.C.
- (83) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, **Public Opinion Quarterly**, Vol.46, No.3

- (84) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), **Media Polls in American Politics**, Washington, Dc., The Brookings Institution .
- (85) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", **Journal Of Personality and Social Psychology**, Vol.49, No.3.
- (86) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. **International Journal of Public opinion Research**. Vol. 12, No. 1
- (87) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. **European Journal of Social Psychology**. Vol. 26
- (88) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Question order, Contrast and Knowledge. **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 8
- (89) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. **Communication Research**. Vol. 48. Spring.
- (90) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 11, No. 4
- (91) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third- person perception. **Communication Research**, vol. 26 No. 3
- (92) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, **journalism Quarterly**, vol. 50 Winter
- (93) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", **Communication Research**, vol. 24, no.1.

منتدی سور الأزبکیه

WWW.BOOKS4ALL.NET