في كتابه المتميز «الإعلام والمجتمع..... من يؤثر في الآخر؟»

د. القعاري: النظرية الإعلامية في اليمن تتميز عن غيرها بالتعددية السياسية وتنوع الصحافة والجمهور مما أعطى حراكا ساده التنوع والتعدد والارتباط بواقع الحياة الاجتماعية الذي أوجدته دولة الوحدة عام ١٩٩٠م

صدر حديثا عن مركز الإعلام الجديد كتاب "الإعلام والمجتمع".. من يؤثر في الأخر؟ للدكتور محمد علي القعاري أستاذ الاتصال السياسي بكلية الإعلام - جامعة صنعاء تمحورت فكرة الكتاب في دراسة العلاقة بين ثلاثة من مكونات النظام الاجتماعي في اليمن هي: الصحافة اليمنية بمختلف اتجاهاتها وقادة الرأي والجمهور ,وذلك لمعرفة من يؤثر في الآخر؟ فهل تتدفق أولويات المعلومات من الصحف إلى قادة الرأي ثم إلى الجمهور. أو من الجمهور إلى قادة الرأي ثم إلى الصحف. أو من قادة الرأي إلى الصحف ثم إلى الجمهور. أو من قادة الرأي إلى الجمهور ثم إلى الصحف.

وعند النظر إلى النظرية الإعلامية وعلاقتها بالنظام الاتصالي في الجمهورية اليمنية يلاحظ تميزها وخصوصيتها عن الأنظمة الاتصالية الأخرى بأمرين مهمين ساعدا على جعل هذا النظام ملائما لتطبيق هذه الدراسة هما:

عرض/ نور الدين محمد

تميز صحيفة «الثورة» عن غيرها من الصحف الحزبية والأهلية بالتزامها بمصادرها الإخبارية أكسبها قيمة أخلاقية ومهنية عززت مصداقيتها في نشر المعلومة وثقة واحترام الجمهور اليمني

مثلت المادة السادسة من الدستور الأساس الذي انطلقت منه قوانين العمل السياسي والحريات الصحفية

الأول: التعددية السياسية وتنوع الصحافة اليمنية؛ حيث مثلت المادة السادسة من الدستور الأساس الذي انطلقت في ضوئه قوانين العمل السياسي والحرية الصحفية ,مثل قانون التنظيمات والأحزاب السياسية ,وقانون الصحافة والمطبوعات, اللذين سمحا للأحزاب السياسية بأن تصدر صحفا ناطقة باسمها معبرة عن توجهاتها مما أعطى حراكا إعلاميا ساده التعدد والتنوع والارتباط بواقع الحياة الاجتماعية الذي أوجدته دولة الوحدة منذ عام ١٩٩٠م.الثاني: تنوع الجمهور اليمني وبروز دور القبيلة كأحد مكونات المجتمع؛ حيث ما زالت سمة تميز المجتمع اليمني وتؤدي أدواراً مهمة في واقع الحياة الاجتماعية في اليمن.وقد تحددت علاقة النظام الإعلامي بالنظام السياسي في اليمن من حيث الممارسة في أن كل واحد منهما يتأثر بالآخر، فالنظام السياسي يعتمد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، الذي هو مصدر القرارات والقوانين التي تحكم بيئة هذه الوسائل الإعلامية وحريتها في التعبير والحصول على المعلومات وعلاقتها بالمجتمع ,ونمط ملكيتها ووظائفها ,وقد تحددت ملامح هذه البيئة بوضوح بعد قيام الوحدة عام (١٩٩٠م) بل هي أحد مرتكزات الوحدة وأسسها. وقد شهدت الصحافة اليمنية في إطار علاقتها بالنظام السياسي ثلاثة أنواع من الصحف ,وهي: صحافة التعبئة, وصحافة الولاء, وصحافة التعدد. ظهر النوع الأول في جنوب اليمن بعد تسلم الحزب الاشتراكي السلطة بعد عام (١٩٦٧م) في ظل تبني النظام السياسي الفكر الماركسي فلسفة إيديولوجية للنظام السياسي؛ حيث كانت جميع الصحف مملوكة للدولة، فلا يحق للصحف انتقاد الشخصيات القيادية في المكتب السياسي واللجنة المركزية للحزب الاشتراكي الحاكم. وظهر النوع الثاني في شمال اليمن بعد ثورة عام (١٩٦٢م) حيث ظهرت إلى جانب الصحف الحكومية صحف أهلية مملوكة لأشخاص، ويتفق هذا النوع من الصحف مع النوع الأول من حيث عدم التعرض للسياسة العامة للنظام، وعدم انتقاد الشخصيات القيادية في الدولة، كما أن استجابتها للأحداث كانت بطيئة بسبب خضوعها لرقابة السلطة. فيما اقترن النوع الثالث بتحقيق الوحدة وتجديد ملامح الجمهورية اليمنية المعاصرة عام (١٩٩٠م): حيث رُفع الحظر عن الحزبية وبرز نظام سياسي قائم على التعددية السياسية والحزبية, واتسم النظام بقدر من الحيوية المتمثلة في مظاهر عدة، أبرزها كثرة الأحزاب، وكثرة الصحف الناطقة باسم تلك الأحزاب, فظهرت الصحف الحزبية إلى جانب الصحف الرسمية والصحف الأهلية، وتميزت الصحف في هذا النظام بتعدد مضامينها، واختلاف توجهاتها تجاه مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما تنوعت نوعية ملكية الصحف، فوجدت الصحف الحزبية التي تملكها الأحزاب والنقابات والمؤسسات والجمعيات، بالإضافة إلى الصحف الرسمية التي تملكها الدولة ومؤسساتها، والصحف الأهلية التي يملكها الأفراد ومنظمات المجتمع المدني. هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة المتبادلة بين الأطراف الرئيسة في هذا المجتمع ,وهي الصحف اليمنية بمختلف اتجاهاتها الرسمية والأهلية والحزبية ,وكل من قادة الرأي والجمهور, وذلك لمعرفة "من يؤثر في الآخر"؟ وقد كشفت نتائج الدراسة أن هناك اختلافاً وتبايناً كبيراً بين أولويات قضايا صحف الدراسة من جهة وأولويات القضايا عند قادة الرأي والجمهور من جهة أخرى يصل في بعض الأحيان إلى حد التناقر والتضاد: فالقضايا المحلية التي اهتمت بها صحف الدراسة وجعلتها في مقدمة أولوياتها قبل الانتخابات ظهرت في مراتب متدنية جداً من الاهتمام عند قادة الرأي والجمهور بعدها، فعلى سبيل المثال جاءت قضية "التعليم" في المرتبة الأولى في سلم أولويات صحيفة "الثورة" الرسمية ولكنها جاءت في مرتبة متدنية جداً من الاهتمام " المرتبة السادسة" عند قادة الرأي والجمهور في مرحلتي الدراسة ,ومرد هذه الفجوة حول الأولويات- من وجهة نظر الباحث- هو الحراك السياسي والإعلامي الذي يدور في مجتمع تقليدي تمسك القبيلة فيه بزمام كثير من الأمور السياسية ,ويدور هذا الحراك في بيئة تعاني من نسبة عالية من الأمية تصل إلى (٣٦,٤٪) من مجموع السكان, وتمركز أكثر من ثلاثة أرباع السكان في الريف اليمني, ونصيب متدن في التعرض للصحف: حيث يوزع (٢,٧) صحيفة لكل ألف شخص. ومثل ذلك الصحف التي تفاوت اهتمامها بالقضايا وفقاً لانتمائها السياسي وتوجهها الفكري، فصحيفة "الثورة" الرسمية ,وإلى حد ما صحيفة "الميثاق" الناطقة باسم حزب المؤتمر الشعبي العام (الحزب الحاكم) ,وبعض الصحف الأهلية مثل صحيفة "الأيام" ,اهتمت بقضايا يغلب عليها الطابع الخدماتي, مثل"التعليم" و"الصحة" و"الأمن": حيث تصدرت هذه القضايا قائمة أولوياتها واهتماماتها ,وفي الوقت نفسه أهملت هذه الصحف قضايا محلية ذات أهمية كبيرة متعلقة بحياة المواطنين ومعيشتهم ,وأصبحت حديث الشارع اليمني يأغلب فئاته وأطيافه ,مثل "الفقر" و"البطالة" و"الفساد". ويفسر الباحث هذه النتائج بأن الإعلام الرسمي عموماً ,والصحافة الرسمية على وجه التحديد ,قد دأبت في سياساتها الإعلامية على الاهتمام بتغطية فعاليات ونشاطات مختلف أجهزة الدولة بدءاً من رئاسة الجمهورية والحكومة والبرلمان ,ومروراً بالوزارات والوحدات والمصالح الحكومية التي يبدو أن الصحف لا تراها مجرد مؤسسات حكومية؛ وإنما بالإضافة إلى ذلك قضايا تنموية مهمة ,مثل"التعليم" و"الصحة" و"الأمن"وغيرها ,وهو ما ولّد هذا الاهتمام الموحد والتوجهات المشتركة في معالجة هذه القضايا؛ وهذا – أيضا- ما جعل الصحافة الرسمية تسير في اتجاه أحادي منطلقة من مفهوم "ماذا تفعل الصحف بالجمهور؟ " لا على رغبات الجمهور وحاجاته تجاه قضاياه وأولوياته المحلية؛ وهذا ما أكدته النتائج: حيث بلغت درجات الارتباط بين الصحف الرسمية وقادة الرأي (٠,١٩٨)، والصحف الرسمية والجمهور (٠,١٦٤)، وبين الصحف الأهلية وقادة الرأي (٠,٢٥٠) والصحف الأهلية والجمهور (٠,٢١٦). هذه النتائج تشير بجلاء إلى ارتباط ليس له دلاله مهمة, وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "حمادة" التي تشير إلى ضعف تأثير الصحف القومية (الرسمية) في ترتيب أولويات اهتمامات الرأي العام المصري مقارنة بقوة تأثير الصحف الحزبية. وعلى العكس من ذلك سارت الصحف الحزبية – المعارضة- في اتجاه مغاير للصحف الرسمية والأهلية معتمدة على سياسة نقدية جعلتها تهتم بدرجة أعلى نسبياً بقضايا ,مثل "الفقر" و"الفساد" و"البطالة" ,وأرجعت هذه الصحف ظهور هذه القضايا في المجتمع اليمني إلى السياسات الفاشلة لحكومات الحزب الحاكم المتعاقبة – من وجهة نظرها- وهي بذلك – أي الصحف الحزبية – تقترب من سلم أولويات اهتمام قادة الرأي والجمهور؛ لكن هذا الاقتراب لم يكن قويا ليجعل من درجات الارتباط بين الصحف الحزبية مجتمعة وقادة الرأي (٠,٥٤١) والصحف الحزبية والجمهور (٠,٤٩١) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي (٠,٠٥) ,ولكنها بالتأكيد أكبر من درجات الارتباط بين الصحف الرسمية والصحف الأهلية وكل من قادة الرأي والجمهور.

هذه القضايا ليست قضايا هامشية ,وإنما قضايا تؤرق الشعب اليمني نتيجة للأزمات الاقتصادية المتراكمة منذ أكثر من عقد من الزمن: فقد أظهرت بعض الدراسات أن (١٩,١٪) من السكان يعيشون تحت خط الفقر عام (١٩٩٢م)، ثم ارتفعت هذه النسبة إلى (٢٥٪) عام (١٩٩٥م) و(٣٧٪) عام (١٩٩٨م) طبقاً لنتائج الجولة الثانية من مسح ميزانية الأسرة. ويفترض الباحث أن نمط الارتفاع قد استمر على وتيرته حتى الوقت الحاضر. ووفقاً لدراسة قامت بها منظمة "الأسسكو" عام (١٩٩٦م) فإن نسبة الفقرَ في اليمن تقدر بحوالي (٤٧٪) من مجموع السكان، أما نتائج المسح الوطني لظاهرة الفقر في اليمن التي قام بدراستها الجهاز المركزي للإحصاء عام (١٩٩٩م) فتشير إلى أن الفقراء في اليمن يشكلون حوالي (٣٨٪) من إجمالي عدد السكان وللبطالة أثر كبير في توليد الفقر الذي يؤثر على سوق العمل إنتاجاً وتسويقاً واستهلاكاً, وخاصة في مجتمع لا يعوض العاطلين عن العمل، وتعد البطالة واحدة من القضايا الرئيسة للفقر في اليمن؛ إذ تتراوح نسبتها (٣٠٪) من القوى العاملة في اليمن، وتنمو القوى العاملة بنسبة (٤,٩٪) بمعدل أعلى من معدل النمو السكاني ,وفي المقابل برزت قضية "الفساد" على أنها أهم قضية محلية واجهت كلاً من قادة الرأي والجمهور قبل الانتخابات ,وهو ما يعزز من حدة الاختلاف والتباين في الأولويات بين قادة الرأي والجمهور من جهة وصحف الدراسة مجتمعة ومنفردة من جهة أخرى؛ ولذا انتفت العلاقة الدالة إحصائيا في الارتباطات الأحادية الاتجاه بينها في المدى القريب والارتباطات المتقاطعة في المدى البعيد. وقد دلت النتائج على عجز صحف الدراسة الرسمية والأهلية والحزبية مجتمعة ومنفردة عن التأثير في قادة الرأي عن التأثر والتأثير في أولويات كل منهما تجاه الآخر قبل الانتخابات ,ولم يتغير الحال كثيراً في العلاقة بين صحف الدراسة وقادة الرأي بعد الانتخابات ,ومعنى ذلك أن العلاقة الإيجابية في نتائج معامل الارتباط بين الصحف وقادة الرأي في المدى القريب لم تضف دلالة إحصائية لنتيجة معامل الارتباط عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

صحف الدراسة بمختلف اتجاهاتها قد استطاعت أن ترفع من درجة أهمية قضية "إجراءات الانتخابات" عند قادة الرأي من المرتبة الخامسة قبل الانتخابات إلى المرتبة الأولى بعدها, ويفسر الباحث هذه النتيجة بقدرة صحف الدراسة على التأثير في قادة الرأي في هذه القضية دون غيرها من القضايا الأخرى باعتبارها قضية طارئة ومحددة, وتهمهم شخصياً, وتؤثر على علاقتهم بالعملية الانتخابية والسياسية, أما قضايا "الفقر" و"الفساد" و"البطالة" فلم تستطع الصحف التأثير على قادة الرأي حيالها على اعتبار أنها مستمرة وغير محددة البداية ,وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات التي تشير إلى أن وسائل الإعلام تنجح كثيراً في ترتيب أولويات القضايا الطارئة أو ذات البدايات المحددة أكثر من القضايا المستمرة وغير المحددة البداية شرط ارتباطها بحاجات الجمهور. ويفسر الباحث عجز الصحف عن التأثير في قادة الرأي, وعدم قدرتها على ترتيب أولوياته المحلية إلى أن قادة الرأي واعون بأهمية قضاياهم المحلية, ولديهم تصورات وأفكار خاصة بهم, قد تكون وصلت إلى حد القناعات التي يصعب تغييرها؛ فلديهم أهداف محددة ,دفعتهم لقراءة الصحف ومتابعتها ,وجعلتهم يفاضلون بين مضامينها, فانتقوا ما يلبي رغباتهم, وينسجم مع قضاياهم واهتماماتهم, وهذا هو مصدر صعوبة التأثير عليهم ,وهذه النتيجة مخالفة لنتائج الكثير من التراكم العلمي لنظرية" انتقال المعلومات على مرحلتين" ونظرية " انتقال المعلومات على عدة مراحل" التي تقول إن وسائل الإعلام ,ومنها الصحف ,تقوم بالتأثير على قادة الرأي أولاً ثم يقوم هؤلاء القادة –بدورهم- بالتأثير على الجمهور عن طريق نقل المعلومات إليهم ثانياً. ولكنها في الوقت نفسه تتفق مع أسس النظريتين الذي يشير إلى أن قادة الرأي هم الجسر الذي يصل بين الجمهور ووسائل الإعلام ,فعدم التأثير على قادة الرأي ربما جعل الصحف غير قادرة على التأثير على الجمهور. فقد أشارت النتائج إلى عجز صحف الدراسة والجمهور عن التأثير في أولويات كل منهما في الآخر قبل الانتخابات؛ حيث لم تصل العلاقة بينهما إلى مستوى الدلالة مع الصحف الرسمية (٠,٠٩٤)، ومع الصحف الحزبية (٠,٣٤٦)، ومع الصحف الأهلية (٠,٢٦٤)، وهي درجات غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوي (٠,٠٥). ولم يتغير الوضع كثيراً بعد الانتخابات؛ فالعلاقة بين صحف الدراسة والجمهور ظلت على حالها ضعيفة مع الصحف الرسمية (٠,١٨٢)، والصحف الحزبية (٠,٢٨٨)، والصحف الأهلية (٠,٤٣٢)، وهي درجات غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوي (٠,٠٥)، ومعنى ذلك أن الجمهور والصحف" عينة الدراسة" قد سارا طوال مدة الدراسة في طريقين متحازيين ولم يلتقيا ,فالصحف لم تلب حاجة الجمهور ولم تزودهم بمعلومات كافية عن قضايا محددة يواجهونها ,على الرغم من ارتفاع نسبة الذين اعتمدوا على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم عن قضاياهم المحلية التي تهمهم ,بل إن وسائل الإعلام لم تفد من قنوات الاتصال الشخصي ,ومعنى ذلك أن الجمهور مهيأ لاستقبال التأثير إذا وجد المضمون الصحفي ذا الصلة بقضاياه وأولوياته المحلية. وعلى الرغم من انعدام العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين الصحف وقادة الرأي من جهة وبين الصحف والجمهور من جهة أخرى؛ فإن النتائج كشفت عن وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية (٠,٨٨٧ ××) عند مستوى معنوي (٠,٠١) بين أولويات قادة الرأي وأولويات الجمهور قبل الانتخابات ,ومعنى ذلك أن قادة الرأي والجمهور قد استطاعا أن يتفاعلا معاً, وأن يؤثر كل منهما في أولويات الآخر ,ويرتب أولوياته واهتماماته المحلية قبل الانتخابات؛ أي في المدى القريب؛ ولكن تلك العلاقة ذات الدلالة لم تستمر في دلالتها إلى ما بعد الانتخابات. ولعرفة تدفق أولويات المعلومات في هذه الدراسة لمعرفة اتجاه التأثير "من يؤثر في الآخر؟" في العلاقة الارتباطية المتقاطعة بين أولويات الصحف مجتمعة ومنفردة, وحسب اتجاهاتها قبل الانتخابات ,وأولويات قادة الرأي والجمهور بعدها والعكس في المدى البعيد؛ يتضح أن الصحف الحزبية قبل الانتخابات استطاعت أن تؤثر على أولويات قادة الرأي بعدها ,وأن ترتب أولوياته واهتماماته تجاه قضاياه المحلية؛ حيث بلغت نتائج معامل الارتباط (٠,٧٦٤ ×) وهي درجة دالة إحصائيا عند مستوى معنوي (٠,٠٥)، ومعنى ذلك أن الصحف الحزبية قد استطاعت أن تجدب اهتمامات قادة الرأي وأن تؤثر فيه وترتب أولويات قضاياه في المدى البعيد. وفي المقابل عجزت كل من الصحف الأهلية والصحف الرسمية عن تحقيق ذلك؛ حيث لم تصل العلاقة بين قادة الرأي وكل من الصحف الأهلية (٠,٤٧٣) والصحف الرسمية (٠,١٦٨) إلى مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوي (٠,٠٥). يفسر الباحث هذه النتيجة بأن الصحف الحزبية تثير الجانب السلبي من أداء النظام السياسي؛ حيث بلغت نسبة ذلك في معالجتها للقضايا المحلية (٤٥,١٪)، وهو الجانب الذي تخفيه- أو على الأقل- لا تبرزه الصحف الرسمية؛ حيث بلغ فيها (٧,٦٪)، وهذا الجانب السلبي في الغالب يرتبط أكثر بالمشاكل الحقيقية التي تواجه الجمهور ,كما أنها في سعيها إلى تكوين رأي عام مساند لسياسات الحزب ومناهض لسياسات الحكومة تتبنى القضايا الحساسة وتعالجها من منظور اجتماعي وسياسي يختلف عن المعالجة التي تقوم بها الصحف الرسمية ,فالصحف الحزبية باعتمادها على هذا المنظور تقترب من عقل الجماهير وأولوياتهم ,ويمكنها على هذا النحو أن تؤثر أكثر في تشكيل الأولويات المحلية بما يسمح لها – في هذا الإطار- الهامش الديمقراطي الذي يعطيها الفرصة للمناقشة بحرية. وقد أدت الحاجة إلى التوجيه السياسي عند قادة الرأي إلى استخدامهم للصحف بدرجة أكبر من حدوث العكس ,كما أكدت النتائج قدرة الصحف على التأثير بشكل نسبي في أولويات قادة الرأي ,إلا أن الصحف لم تقم بتلك الوظيفة بدرجة متساوية.وفيما يتعلق بالعلاقة بين قادة الرأي والجمهور فقد استطاع قادة الرأي قبل الانتخابات التأثير على أولويات الجمهور بعدها ,وترتيب أولويات قضاياهم المحلية التي تهمهم؛ حيث جاءت رتب القضايا المحلية عند الجمهور بعد الانتخابات موافقة لترتيبها عند قادة الرأي قبل الانتخابات ,كما تشير إلى ذلك نتائج معامل الارتباط بين رتبهما (٠,٨٩٨ ××) التي وصلت إلى مستوى الدلالة عند مستوى معنوي (٠,٠١) ,ومعنى ذلك أن العلاقة والتفاعل الشخصي بين قادة الرأي والجمهور قد أحدث توافقا في الأولويات ,نجح قادة الرأي من خلاله في التأثير على الجمهور وترتيب أولوياتهم المحلية,وهذه النتيجة تتفق مع كثير من دراسات "ترتيب الأولويات" عموما في المنطقة العربية؛ في أن الاتصال الشخصي أكثر تأثيرا من وسائل الإعلام "عينة الدراسة" اعتمدوا على الاتصال أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم الشخصية التي يواجهونها في حياتهم اليومية. ويرى الباحث أن تأثير قادة الرأي على الجماهير مرده إلى نشاط قادة الرأي في المجال السياسي مع جماهيرهم – بحكم مناصبهم السياسية في الحكم أو المعارضة– من خلال فعالياتهم التي يقومون بها في أحزابهم ومنظماتهم التطوعية والجماهيرية وعلاقاتهم الواسعة بالجماهير، فهم يلقون الخطب في الاجتماعات ,ويشاركون الآخرين في المناقشات الجماعية ,ويتابعون عن كثب الجدال السياسي في وسائل الإعلام, ويناقشون بصورة مستمرة ما تنقله وسائل الإعلام من معلومات وردُ؛ فيدعمون ما يتفقون معه ,ويتصدون لما يخالف رؤاهم ,وهذا يجعلهم قوة مرجعية مهمة داخل المجتمع اليمني التقليدي الذي تقوم فيه القبيلة وقادتها بوظيفة مهمة رسختها الأعراف والتقاليد: وزاد من قوتها النظام السياسي القائم على التكاتف بين قواه الاجتماعية ,وهذا يتفق مع عدد من الدراسات التي ترى أن المؤسسات الاجتماعية القوية هي الطرف المؤثر خارج المؤسسة الإعلامية ,وليس الجمهور الذي تدعي المؤسسة الإعلامية الحرص على خدمته تضمنت هذه الدراسة في نظريتها الرئيسة البحث في التدفق العكسي من الجمهور إلى قادة الرأي ثم إلى الصحف (الاحتمال الثاني) وقد كشفت النتائج أن الجمهور قبل الانتخابات لم يستطع أن يؤثر على قادة الرأي بعدها ,ولم يرتب أولويات قضاياهم المحلية فلم تصل نتائج معامل الارتباط بين رتبهما إلى مستوى الدلالة المهمة الشخصي ,ومعنى ذلك أن الجمهور مهيأ لاستقبال التأثير إذا وجد المضمون الصحفي ذا الصلة بقضاياه وأولوياته المحلية. وعلى الرغم من انعدام العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين الصحف وقادة الرأي من جهة وبين الصحف والجمهور من جهة أخرى؛ فإن النتائج كشفت عن وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية (٠,٨٨٧ ××) عند مستوى معنوي (٠,٠١) بين أولويات قادة الرأي وأولويات الجمهور قبل الانتخابات ,ومعنى ذلك أن قادة الرأي والجمهور قد استطاعا أن يتفاعلا معاً, وأن يؤثر كل منهما في أولويات الآخر ,ويرتب أولوياته واهتماماته المحلية قبل الانتخابات؛ أي في المدى القريب؛ ولكن تلك العلاقة ذات الدلالة لم تستمر في دلالتها إلى ما بعد الانتخابات. ولمعرفة تدفق أولويات المعلومات في هذه الدراسة لمعرفة اتجاه التأثير "من يؤثر في الآخر؟" في العلاقة الارتباطية المتقاطعة بين أولويات الصحف مجتمعة ومنفردة, وحسب اتجاهاتها قبل الانتخابات ,وأولويات قادة الرأي والجمهور بعدها والعكس في المدى البعيد؛ يتضح أن الصحف الحزبية قبل الانتخابات استطاعت أن تؤثر على أولويات قادة الرأي بعدها ,وأن ترتب أولوياته واهتماماته تجاه قضاياه المحلية؛ حيث بلغت نتائج معامل الارتباط (٠,٧٦٤ ×) وهي درجة دالة إحصائيا عند مستوى معنوي (٠,٠٥)، ومعنى ذلك أن الصحف الحزبية قد استطاعت أن تجدب اهتمامات قادة الرأي وأن تؤثر فيه وترتب أولويات قضاياه في المدى البعيد. وفي المقابل عجزت كل من الصحف الأهلية والصحف الرسمية عن تحقيق ذلك؛ حيث لم تصل العلاقة بين قادة الرأي وكل من الصحف الأهلية (٠,٤٧٣) والصحف الرسمية (٠,١٦٨) إلى مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوي (٠,٠٥). يفسر الباحث هذه النتيجة بأن الصحف الحزبية تثير الجانب السلبي من أداء النظام السياسي؛ حيث بلغت نسبة ذلك في معالجتها للقضايا المحلية (٤٥,١٪)، وهو الجانب الذي تخفيه- أو على الأقل- لا تبرزه الصحف الرسمية؛ حيث بلغ فيها (٧,٦٪)، وهذا الجانب السلبي في الغالب يرتبط أكثر بالمشاكل الحقيقية التي تواجه الجمهور ,كما أنها في سعيها إلى تكوين رأي عام مساند لسياسات الحزب ومناهض لسياسات الحكومة تتبنى القضايا الحساسة وتعالجها من منظور اجتماعي وسياسي يختلف عن المعالجة التي تقوم بها الصحف الرسمية ,فالصحف الحزبية باعتمادها على هذا المنظور تقترب من عقل الجماهير وأولوياتهم ,ويمكنها على هذا النحو أن تؤثر أكثر في تشكيل الأولويات المحلية بما يسمح لها – في هذا الإطار- الهامش الديمقراطي الذي يعطيها الفرصة للمناقشة بحرية. وقد أدت الحاجة إلى التوجيه السياسي عند قادة الرأي إلى استخدامهم للصحف بدرجة أكبر من حدوث العكس ,كما أكدت النتائج قدرة الصحف على التأثير بشكل نسبي في أولويات قادة الرأي ,إلا أن الصحف لم تقم بتلك الوظيفة بدرجة متساوية.وفيما يتعلق بالعلاقة بين قادة الرأي والجمهور فقد استطاع قادة الرأي قبل الانتخابات التأثير على أولويات الجمهور بعدها ,وترتيب أولويات قضاياهم المحلية التي تهمهم؛ حيث جاءت رتب القضايا المحلية عند الجمهور بعد الانتخابات موافقة لترتيبها عند قادة الرأي قبل الانتخابات ,كما تشير إلى ذلك نتائج معامل الارتباط بين رتبهما (٠,٨٩٨ ××) التي وصلت إلى مستوى الدلالة عند مستوى معنوي (٠,٠١) ,ومعنى ذلك أن العلاقة والتفاعل الشخصي بين قادة الرأي والجمهور قد أحدث توافقا في الأولويات ,نجح قادة الرأي من خلاله في التأثير على الجمهور وترتيب أولوياتهم المحلية,وهذه النتيجة تتفق مع كثير من دراسات "ترتيب الأولويات" عموما في المنطقة العربية؛ في أن الاتصال الشخصي أكثر تأثيرا من وسائل الإعلام "عينة الدراسة" اعتمدوا على الاتصال أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم الشخصية التي يواجهونها في حياتهم اليومية. ويرى الباحث أن تأثير قادة الرأي على الجماهير مرده إلى نشاط قادة الرأي في المجال السياسي مع جماهيرهم – بحكم مناصبهم السياسية في الحكم أو المعارضة– من خلال فعالياتهم التي يقومون بها في أحزابهم ومنظماتهم التطوعية والجماهيرية وعلاقاتهم الواسعة بالجماهير، فهم يلقون الخطب في الاجتماعات ,ويشاركون الآخرين في المناقشات الجماعية ,ويتابعون عن كثب الجدال السياسي في وسائل الإعلام, ويناقشون بصورة مستمرة ما تنقله وسائل الإعلام من معلومات وردُ؛ فيدعمون ما يتفقون معه ,ويتصدون لما يخالف رؤاهم ,وهذا يجعلهم قوة مرجعية مهمة داخل المجتمع اليمني التقليدي الذي تقوم فيه القبيلة وقادتها بوظيفة مهمة رسختها الأعراف والتقاليد: وزاد من قوتها النظام السياسي القائم على التكاتف بين قواه الاجتماعية ,وهذا يتفق مع عدد من الدراسات التي ترى أن المؤسسات الاجتماعية القوية هي الطرف المؤثر خارج المؤسسة الإعلامية ,وليس الجمهور الذي تدعي المؤسسة الإعلامية الحرص على خدمته تضمنت هذه الدراسة في نظريتها الرئيسة البحث في التدفق العكسي من الجمهور إلى قادة الرأي ثم إلى الصحف (الاحتمال الثاني) وقد كشفت النتائج أن الجمهور قبل الانتخابات لم يستطع أن يؤثر على قادة الرأي بعدها ,ولم يرتب أولويات قضاياهم المحلية فلم تصل نتائج معامل الارتباط بين رتبهما إلى مستوى الدلالة المهمة الشخصي ,ومعنى ذلك أن الجمهور مهيأ لاستقبال التأثير إذا وجد المضمون الصحفي ذا الصلة بقضاياه وأولوياته المحلية. وعلى الرغم من انعدام العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين الصحف وقادة الرأي من جهة وبين الصحف والجمهور من جهة أخرى؛ فإن النتائج كشفت عن وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية (٠,٨٨٧ ××) عند مستوى معنوي (٠,٠١) بين أولويات قادة الرأي وأولويات الجمهور قبل الانتخابات ,ومعنى ذلك أن قادة الرأي والجمهور قد استطاعا أن يتفاعلا معاً, وأن يؤثر كل منهما في أولويات الآخر ,ويرتب أولوياته واهتماماته المحلية قبل الانتخابات؛ أي في المدى القريب؛ ولكن تلك العلاقة ذات الدلالة لم تستمر في دلالتها إلى ما بعد الانتخابات. ولمعرفة تدفق أولويات المعلومات في هذه الدراسة لمعرفة اتجاه التأثير "من يؤثر في الآخر؟" في العلاقة الارتباطية المتقاطعة بين أولويات الصحف مجتمعة ومنفردة, وحسب اتجاهاتها قبل الانتخابات ,وأولويات قادة الرأي والجمهور بعدها والعكس في المدى البعيد؛ يتضح أن الصحف الحزبية قبل الانتخابات استطاعت أن تؤثر على أولويات قادة الرأي بعدها ,وأن ترتب أولوياته واهتماماته تجاه قضاياه المحلية؛ حيث بلغت نتائج معامل الارتباط (٠,٧٦٤ ×) وهي درجة دالة إحصائيا عند مستوى معنوي (٠,٠٥)، ومعنى ذلك أن الصحف الحزبية قد استطاعت أن تجدب اهتمامات قادة الرأي وأن تؤثر فيه وترتب أولويات قضاياه في المدى البعيد. وفي المقابل عجزت كل من الصحف الأهلية والصحف الرسمية عن تحقيق ذلك؛ حيث لم تصل العلاقة بين قادة الرأي وكل من الصحف الأهلية (٠,٤٧٣) والصحف الرسمية (٠,١٦٨) إلى مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوي (٠,٠٥). يفسر الباحث هذه النتيجة بأن الصحف الحزبية تثير الجانب السلبي من أداء النظام السياسي؛ حيث بلغت نسبة ذلك في معالجتها للقضايا المحلية (٤٥,١٪)، وهو الجانب الذي تخفيه- أو على الأقل- لا تبرزه الصحف الرسمية؛ حيث بلغ فيها (٧,٦٪)، وهذا الجانب السلبي في الغالب يرتبط أكثر بالمشاكل الحقيقية التي تواجه الجمهور ,كما أنها في سعيها إلى تكوين رأي عام مساند لسياسات الحزب ومناهض لسياسات الحكومة تتبنى القضايا الحساسة وتعالجها من منظور اجتماعي وسياسي يختلف عن المعالجة التي تقوم بها الصحف الرسمية ,فالصحف الحزبية باعتمادها على هذا المنظور تقترب من عقل الجماهير وأولوياتهم ,ويمكنها على هذا النحو أن تؤثر أكثر في تشكيل الأولويات المحلية بما يسمح لها – في هذا الإطار- الهامش الديمقراطي الذي يعطيها الفرصة للمناقشة بحرية. وقد أدت الحاجة إلى التوجيه السياسي عند قادة الرأي إلى استخدامهم للصحف بدرجة أكبر من حدوث العكس ,كما أكدت النتائج قدرة الصحف على التأثير بشكل نسبي في أولويات قادة الرأي ,إلا أن الصحف لم تقم بتلك الوظيفة

قادة الرأي هم القوة الدافعة والمؤثرة في إقناع الجمهور الذي يتميز بالصمت والاستماع. مما يعني أن الجمهور اليمني جمهور صامت ومتلق لآراء وتوجيهات قادته.

الصحف الحزبية تثير الجانب السلبي من أداء النظام السياسي في معالجتها لقضايا المجتمع سعيا منها لتكوين رأي عام مساند لسياسات أحزابها ومناهض لسياسات الحكومة

الجمهور ثم يعكسون هذه الاهتمامات في وسائل الإعلام ,ثم تحولها وسائل الإعلام إلى أولويات الجمهور مرة أخرى ولمعرفة تأثير قادة الرأي في هذه المنظومة الثلاثية ,وما إذا كانت المعلومات والأولويات تأتي من قادة الرأي إلى الصحف ثم إلى الجمهور (الاحتمال الثالث)كشفت نتائج الدراسة أن قادة الرأي قبل الانتخابات لم يستطيعوا التأثير على الصحف مجتمعة ومنفردة بسبب اتجاهاتها ولم يرتبوا أولويات الصحف بعد الانتخابات بما يتفق مع قادة الرأي وكل من الصحف الارتباطية المتقاطعة بين قادة الرأي وكل من الصحف الرسمية (٠,٥٧ ×)، والصحف الحزبية (٠,٠٣٧ ×-)، والصحف الأهلية (٠,٢٢٢) ضعيفة جداً, وهذه النتيجة تتعارض مع نموذج "روجرز ودبرنج" الذي يشير إلى أن قادة الرأي من السياسيين يؤثرون تأثيراً مباشراً ومستقلاً على أولويات وسائل الإعلام ,بل ويبنون أولوياتها الإخبارية؛ لأنها قد تعمل بتوجيهات السياسة وتوجهاتها أما اتجاه التأثير من الصحف قبل الانتخابات إلى الجمهور بعدها ,فقد أظهرت النتائج أن صحف الدراسة مجتمعة ومنفردة وحسب اتجاهاتها لم تستطع التأثير في أولويات الجمهور؛ فلم تبلغ نتائج معامل الارتباط بين الجمهور وكل من الصحف الرسمية (٠,٠٩٣)، والصحف الأهلية (٠,٢٧٠)، والصحف الحزبية (٠,٤١٤) الدلالة الإحصائية (٠,٠٥).

وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التي توصلت إلى أن الصحف التي درسها الباحث لم تؤثر في الجمهور ,ولم تستطع أن ترتب أولوياته ,وأن الخصائص الديمغرافية والإعلامية لم تحدث أي درجة من درجات التأثير؛ كما أن العمليات الانتقائية التي مارسها القائمون بالاتصال في صحف الدراسة لم تشبع حاجات الجمهور ,ولم تلب رغباته. واتفقت نتيجة هذه الدراسة أيضا مع نتائج دراسات "لازرسفيلد وزملائه" في دراسة خيار الأمة عام (١٩٤٠م)، ودراسة "كاتز لازرسفيلد" حول التأثير الشخصي عام (١٩٥٥م)، ودراسة "روجرز وشوميكر" حول الأفكار المستحدثة ,وكيف تنتشر عام (١٩