

الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الاندلس .
قسم الإعلام
تخصص: عام.
المستوى الثاني.
الفصل الدراسي الثاني 2018-2019
المادة: راي عام ودعاية .

د. صالح حميد

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	م
	مفاهيم الرأي العام	1
	أنواع الرأي العام	2
	وظائف الرأي العام	3
	مظاهر الرأي العام	4
	خصائص الرأي العام	5
	الإعلام وأثره في تكوين الرأي العام.	6
	مراحل تكوين الرأي العام	7
	أساليب تغيير الرأي العام	8
	تطور قياس الرأي العام	9
	طرق قياس الرأي العام	10
	طريقة تحليل المضمون	11
	الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام	12

- الرأي العام:

تعريفه وماهيته وأقسامه

يظهر لنا أهمية الابتداء بدراسة الرأي العام في محطاتنا الإعلامية، فهو منشؤها وغايتها في آنٍ معا. [الرأي] فكرة بظنّ حيالٍ أمرٍ يُعبّرُ عنه غالبا. و (العام) هو الكتلة والجمع. وهو من الأهمية بمكان لا يمكن إغفاله رغم شفافية كنهه. كالريح العاصفة التي لا يمكن الوقوف عكسها، فهي طاقة فعالة قوية تُغيّر وتشكل وتبدل، لا يتكرها غرّ ولا يضبطها خبير. ويمكن دراسة اتجاهها وفهم منشئاتها المُحرّكة لتُعملَ الفكرَ فيما يقيدنا منها، فتكون طواحين الهواء.

تعريف الرأي العام وماهيته

تعددت تعريفات الرأي العام، فكان كلُّ تعريفٍ يُعلّمُ عن الزاوية التي يقف عندها صاحبه. فما من معادلة رياضية بحتة تجلّيه، بل محاولات قولبة الهلام.

عرّف (دوب) الرأي العام بأنه مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.

أما الاتجاه فهو منحى عقلي بتي على تراكم خبرات وظروف سابقة. فينحو العقل نحو التأييد أو المعارضة أو حتى اللامبالاة فهو اتجاه تم اختياره من صاحبه، وأهل اللامبالاة مهمون في العملية الإعلامية، فهم معظم هدف رجل الإعلام، ففسبهم لفكرته أسهل من كسب أهل معارضيه، وغالبا يفوقونهم عددا.

أما المجموعة الاجتماعية فتبدأ من الأسرة ومقربي الأصدقاء والزملاء لتمتدّ شاملة العالم بأسره في حال الرأي العام العالمي. فما يحدد هذه المجموعة هو طبيعة موضوع النقاش.

أما عن المسألة أو المشكلة التي هي محور الرأي العام فقد تكون مؤقتة تخص أمرا عارضا أو كبيرة طويلة المدى تخص أمرا حضاريا. (١).

وعرّفه [جولت] بأنه فهمٌ معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة. أما [أبيج] فعرّفه بأكثر من تعريف. منها: الرأي العام هو الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما. الرأي العام هو تعبير أعضاء الجماهير عن الموضوعات المختلف عليها فيما بينهم. الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبّر عن رأي الأغلبية. أما [يونج] فقد عرّف الرأي العام بأنه الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة. أمختار التهامي عرّف الرأي العام أنه:

الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحدث حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مسا مباشرا.

فأغلبية الشعب هي من يؤخذ رأيها في الاعتبار، وقد أبرز هذا التعريف دور وسائل الإعلام والتوعية في توفير المعلومة الصادقة الحيادية للشعوب لتعمل فيها الفكر وتخرج منها برأي. ويبيّن التعريف قابلية الرأي العام للتغير مع الوقت.

^١ الرأي العام، متاحة على الموقع الإلكتروني، <http://hmsmila.alafdal.net/t162-topic>، تاريخ التصفح، الأحد، ٦-٥-٢٠١٢م

وظيفة الرأي العام:

إن الرأي العام هو الذي يضع القوانين للأمة، فهي تعبير عن رغباته وضمأن للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها والمحافظة عليها. ويتمثل الرأي العام في الهيئات التشريعية النيابية [البرلمانات] التي انتخب الشعب أعضائه لينوبوا عنه في التشريع. فالرأي العام هنا هو منبع القانون ومصدره. والرأي العام لا يصنع القوانين فقط، بل الدساتير أيضا دون حاجة لجمعية تأسيسية أو استفتاء شعبي على الدستور .

وقد ينعكس الأمر ويقرض القانون من هيئة غير نيابية وتصادق عليها الحكومات . في هذه الحال فإن هذه القوانين لا يكتب لها البقاء إلا إن سبق سنّ القانون بحملة من الدعاية الإعلامية تهدف لغرس روح ذلك القانون في مجتمعه وتسعى في تحوير الرأي العام ليتقبل هذه القوانين الجديدة. ويكون النجاح الأكبر في سنّ هذه القوانين عندما تنغرس في العرف والعادات والتقاليد للمجتمع ، ويتعلمها الناس بصفة دائمة في مؤسسات التعليم والدعاية، فتبقى ذات أثر فعال في حياة الناس .

فالرأي العام أقوى من القانون وأكثر منه شمولية وإحاطة . فهو يفرض نفسه على المجتمع ويؤثر في سلوك الفرد وآرائه ويصدر أحكامه مقدما على الأعمال التي تسبق مرحلة تحضير القوانين وإعدادها . وهناك من يخشى الرأي العام وكلام الناس والفضيحة قبل خشيته للقانون وعقوباته في كثير من الأحيان، فالرأي العام يؤدي هذه الوظيفة ويشكل جهاز أمان وقائي في المجتمع ، و يعتبر من الدعائم القوية التي تقف خلف الهيئات والمؤسسات الاجتماعية التي تبذل كل الجهود الممكنة من أعمال ومشروعات وخدمات لتكسبه إلى جانبها .

والرأي العام أكثر مرونة وإنسانية من القانون، فهو يتأثر بالعاطفة ويحكمها في كثير من القضايا. وليس هذا ضعفا أو تقلا في الرأي العام. فالرأي العام يتكون من عنصرين: أولهما هو العقائد والمثل الأخلاقية والعادات والتقاليد، وتتبنق منه قوانين صلبة جامدة باقية على مدى الزمن تتوارثها الأجيال دون تعديل أو تعديل. وثانيهما هو المذاهب والاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية، وتتبنق منه قوانين طيبة الشكل تلائم الظروف التي يعيشها الرأي العام وتتشكل معها، فعمر هذه القوانين قصير نسبيا يتغير بتغيير العوامل المُنشئة لها لتحل محله قوانين جديدة تناسب الظروف الجديدة .

والرأي العام هو المؤثر والمحرك للروح المعنوية . حين يتوحد الرأي العام بين الأفراد بقوة فهذا يعني روحا معنوية عالية، أما حين ينقسم الرأي العام على نفسه ويتوزع بين مؤيد ومعارض وما بينهما فهذا يعني روحاً معنوية ضعيفة ذات مستوى منخفض. وانقسام الرأي العام على نفسه لا ينحصر في تباين فكر الآراء وحسب ، بل أي انقسام في المجتمع من الحزبية والطبقية وغيرها ، فهذا كله يؤدي في النهاية إلى إضعاف الروح المعنوية. وتتقوى الروح المعنوية بتقسيم خيرات البلاد قسمة عادلة بين الطبقات ومحاولة تقريب المسافات بينها والاتفاق على الأهداف واستشعار وحدة الوطن والمشاركة فيه.(^٢)

^٢ <http://hmsmila.alafdal.net/t162-topic>، مرجع سبق ذكره.

- خصائص الرأي العام:

من أهم خصائص الرأي العام الثبات والتقلب، والتبرير، والإبدال والتعويض، الإسقاط والتماثل أو التطابق والتبسيط.

يبقى الرأي العام كامنا حتى تظهر مسألة أو قضية عامة يكون لها رد فعل في النفوس فيحدث التصادم وخيبة الأمل، حينها يظهر في محاولة للتقليل من ذلك ، وفي حال صعب التغلب على الظروف التي سببت خيبة الأمل والتصادم يلجأ الرأي العام لعمليات التبرير أو الإبدال أو التعويض. يقول دوب: إن من خصائص الرأي العام أنه قد يكون مبنيا على الترشيح والتعقيل والتبرير، وهو بمعناه الواسع تعليل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية انفصالية. فالتبرير عند الفرد هو تمسكه بسببٍ عارضٍ لينسب إليه فشله ، وكذلك الرأي العام عندما يحس بالتوتر والقلق فإنه يلجأ للتبرير، وقد يستغل الإعلامي تلك الخاصية ليقدم للرأي العام التبريرات التي تساعده على التخلص من ذلك التوتر.

ويمثل الرأي العام مدىً واسعاً بين المعارضة والتأييد، فبين الحدين النقيضين تتدرج تقسيمات كثيرة في كل نقطة على الخط الواصل بينهما ، ويكون رأي الفرد في إحدى تلك النقاط. ويختلف الرأي العام في درجة العمق والقوة، فكما أن أحد تصنيفات أقسام الرأي العام كان حسب الكَمّ وهو المحور الأفقي ، كان العمق والقوة هو المحور الرأسي ، حيث يمكن للمسألة التي تثير آراء لها قوة وعمق أكبر ولو كان ذلك بين عدد أقل من الناس أن توضع في مقام أعلى بالنسبة للمؤسسات المعنية بالرأي العام. ويختلف الرأي العام في درجة الثبات، فعندما يتبنى شخص رأياً بناء على معلومات معينة ثم يرد إليه غيرها مما يوسع أفقه وينمي مداركه قد يغيرها وربما إلى نقيضها.

والرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للحوادث الهامة. كلما كان الرأي العام عليماً بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الأشياء. وقد تؤدي الحوادث العارضة ذات القوة غير العادية إلى تغيير الرأي العام فجأة ربما من النقيض إلى النقيض مؤقتاً ، ثم يستقر الشكل الجديد للرأي العام بعد انتهاء ذلك الحادث وتأمله وتفحصه. ويتكون الرأي حسب المصلحة الخاصة في ذلك الحدث أو بعده، فالأحداث والأقوال وباقي المنبهات تؤثر في الرأي بقدر ارتباطها بالمصلحة الخاصة، فإن شعر الناس أن مصلحتهم الخاصة تتصل بهذا المنبه اتصالاً قوياً فإن الرأي العام يُستثار لفترة تتناسب طردياً مع قوة الارتباط بين المنبه والمصلحة. وحين يكون الرأي العام مصدره الرغبة أكثر من المعرفة والعلم فإنه قد يتأرجح تأرجحاً كبيراً خاصة في الأحداث المفاجئة.

ذكرنا في تصنيفنا للرأي العام حسب قوة التأثير والتأثير أن هناك قادة للرأي وهناك طبقات أقل منهم معرفة وتأثيراً. حين يشعر الرأي العام أنه يسهم في اتخاذ قرارات معينة فإنه يكون أقل اعتراضاً على قيام قادة الرأي العام باتخاذ تلك القرارات الهامة. ويتضمن الرأي العام الإسقاط، فنظن الآخرين يماثلوننا في التفكير ونسقط عليهم من صفاتنا

ونفس أعمالهم حسب ما يجري في نفوسنا .وقد يتضمن الرأي العام التقمص وهو عكس الإسقاط ، فنماثل الآخرين في تفكيرهم ونقمص صفاتهم. وحين يكون رموز الإعلام محبوبين فإنه في عملية الإسقاط تنقمص الجماهير شخصياتهم وافكارهم ، فنثائية الإسقاط – التقمص أضحت من أشكال التضامن الاجتماعي والانتماء.

وترتبط العادات والتقاليد ارتباطا وثيقا بالرأي العام مؤثرة فيه ومتأثرة به. فالعادات هي أنماط السلوك الجماعي التي تنتقل من جيل إلى جيل وتستمر فترة طويلة حتى تثبت وتستقر وتعترف بها الأجيال، وتكتسب العادة احترام الرأي العام وتقديسه. والتقاليد هي ذكريات وتجارب المجموعة في ماضيها. فكانت العادات والتقاليد إطارات للسلوك والاعتقاد لأفراد كل مجتمع فلا يسمح للفرد أن يخرج عنها أو أن يتصرف بما يتنافى معها. فهي قوالب مهيبة جلية للتفكير والعمل في المجموعة. عندما نعلم أن حدثاً ما يكسر أو يعيق عادةً أو تقليداً في مجتمع ما فإننا نتوقع تشكل رأي عام معين تجاه هذا الحدث أو القرار. لذا كانت آراء الشعوب تتباين ولو كان الحدث عالمياً واحداً.

وتتمتع العادات والتقاليد بثبات نسبي عن الرأي العام ولها دور في تشكيله وتوقعه، حينها نطلق على هذا الرأي العام [الاتجاه العام] أو [الطابع العام] للأمة.

تقسيمات الرأي العام:

يقسم الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر إلى رأي مسيطر ورأي مثقف ورأي منقاد. فالرأي المسيطر أو القائد يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمتقنين من أساتذة الجامعات والعلماء والكتاب والسياسيين. وهم نسبة ضئيلة من الشعب لديهم القدرة على التأثير في الناس وإقناعهم وتوجيه آرائهم. فتراهم لا يتأثرون بوسائل الإعلام بقدر ما يؤثرون هم بها. فيشكلون رأس الهرم المحرك لباقيه. أما الرأي المثقف القارئ فهم أواسط الناس ثقافةً . يتأثرون بوسائل الإعلام ويؤثرون في من هم أقل منهم اطلاعا واستنارةً بقدر ما يجمعون من معلومات وما يختزنون من أفكار وأخبار تأهلهم أحيانا إلى التأثير في وسائل الإعلام أيضا.

أما الرأي العام المنقاد فهو رأي السواد الأعظم من الشعب غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث. ومنهم الأميون. فمن الأمية جهل المعلومة بعد جهل الحرف. ينقاد أصحاب هذا الرأي غالبا لما يوجهه له أصحاب الرأي المسيطر المستنير والرأي المثقف القارئ وينساقون وراء الدعاية والإعلام. يسلك أصحاب هذا الصنف رد فعل حاد غالبا يتشكل في الهياج والإضراب ولا يملكون القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من أجلها ما دام محرّكو الرأي العام أفهمهم أن هذا بهدف مصلحتهم العامة. فكان هذا السواد الأعظم الطعم الأسهل للتأثر بالدعاية والانقياد والانصياع.

ويقسّم الرأي العام وفقا لعنصر الزمن إلى رأي عام دائم ومؤقت ومتقلب.

فالرأي العام الدائم هو الأكثر رسوخاً ويرسي القواعد الأساسية للرأي العام ويتصل اتصالا قويا في ثوابت الأمة

من الدين والأخلاق والتقاليد. فهو يركز على أسس قوية يتشارك فيها السواد الأعظم. فيكون مستقرا ثابتا لا يتأثر بالحوادث والطوارئ إلا ما ندر.

وأما الرأي العام المؤقت فيقوم بؤثر مثل مسألة معينة بوقت معين أو الاندماج بمؤسسة ما لفترة معينة مما قد يتمثل بحياة بعض المؤسسات ذات الأهداف والبرامج المحددة فينتهي بانتهاء حياتها أو تحقيق أهدافها. أما الرأي العام المتقلب أو اليومي فهو الأكثر تأثرا بالأحداث اليومية. وغالبا ما يتكون حيال حادث مفاجئ. ويعتبر دوفيفات أن الصحافة الإخبارية المثيرة تعيش على الرأي العام اليومي. ويرى أن صحف الرأي الحزبية تختار من مادة الرأي العام اليومي ما يلائم دعوتها السياسية ويؤيد فكرتها الحزبية وتجعله وسيلة لتعزيز رأيها للوصول إلى الهدف وتستعين على ذلك بصبغه بلونها الحزبي وتحويله وصقله.

ويقسّم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي إلى رأي محلي ووطني وإقليمي وعالمي.

الرأي العام المحلي هو الرأي السائد في شارع أو قرية أو مدينة أو محافظة.

والرأي العام الوطني أو القومي هو المرتبط بالوطن والدولة.

والرأي العام الإقليمي هو السائد بين مجموعة الشعوب المتجاورة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية جدل معينة تمس مصالحها المشتركة. وذلك كالرأي العام الخليجي أو الإفريقي.

والرأي العام العالمي هو رأي الشعوب لا رأي الحكومات. وكان يمثل رأي ثلاث مجموعات من الشعوب هي

الرأسمالية والاشتراكية ومن هم لا إلى هؤلاء ولا إلى هؤلاء. فهو يتعدى الحدود بين الجماعات السياسية ليعبر عن نوع معين من التوافق بين الطبقات أو الفئات التي تنتمي إلى أكثر من دولة واحدة. وقد أصبح هذا الرأي العام العالمي من سمات عصرنا هذا مع تطور وسائل الاتصالات حتى بات تعبير [القرية الصغيرة] رديفا لكلمة [العالم].

ويقسّم الرأي العام حسب نوع الرأي إلى رأي شخصي يكونه الفرد لنفسه طبقا لدرجة ثقافته وخبراته ويرغب أن يشارك به المجموعة ويعبر عنه، ورأي خاص يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه ولا يعبر عنه.

أما عن التقسيم الكمي للرأي العام فهو رأي الأغلبية ورأي الأقلية والرأي الائتلافي والرأي الساحق.

فأما رأي الأغلبية فهو يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفاعلة.

وأما رأي الأقلية فهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة وقد يكون منهم بعض الأكفاء والمتخصصين.

وأما الرأي الائتلافي فهو رأي جملة أقلية مختلفة في اتجاهاتها وتجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة وعوامل خارجية عارضة يزول بزوالها.

والرأي الساحق هو القريب من الإجماع ويقترّب من العادات والعرف والتقاليد.

ويقسّم حسب التواجد إلى رأي عام موجود ورأي عام متوقع وجوده عقب بعض الأحداث والمشاكل، والأخير هو محط عمل مراكز بحوث الرأي العام.

يُعتبر الرأي العام المصدر الأول للضبط الاجتماعي، باعتباره أنه القوة التي يعتمد عليها، ويستند إليها وخاصة في الجماعات المتقدمة. فهو أشبه بالإرادة العامة ، ولكن الأفراد لا يحسون به لأن وجوده معنوي. فهو رغبة مبهمه عامة لا يمكن تحديد نطاقها أو مصدرها تحديدا دقيقا مضبوطا وهذه الرغبة لها صفة الديمومة، وتحافظ على الكيان الاجتماعي وتدرأ ما يهدد قيمه .^(٣)

- الإعلام وأثره في تكوين الرأي العام.

^٣ المرجع نفسه، نفس المكان.

أصبح الإعلام في العصر الحديث علماً قائماً بذاته، فرض نفسه على كافة الشعوب واهتم الباحثون بدراساته المختلفة، وتلاحقت هذه الدراسات بسرعة كبيرة حتى تواكب التطورات الحديثة في أجهزة الإعلام والاتصال الجماهيري في العصر الحديث، فأصبح من الميسور باستخدام أجهزة الإعلام الحديثة أن تصل الأفكار والآراء والمعلومات بسرعة مذهلة إلى كافة أنحاء العالم في نفس لحظة صدورها، وزال حاجز الزمان والمكان بين الشعوب، وأصبحت الشعوب تتحد من زاوية تلقي المعلومات عن طريق أجهزة الإعلام مهما اختلفت إيديولوجياتها ونظم حكمها

ومع تقدم أجهزة الإعلام وتنوع أساليبه وتغلغل التكنولوجيا بكل ثقلها لدفع عجلة تطور الإعلام إلى الأمام أزداد دور الإعلام خطورة وأهمية في مجال تكوين الرأي العام والتأثير فيه ، حتى أصبح من الشائع القول (أن الإعلام والرأي العام وجهان مختلفان لعملة واحدة) وباتت وسائل الإعلام ذات قوة مؤثرة في الجماهير . تساعدها على تكوين رأي عام تجاه المشاكل المحلية والإقليمية والعالمية سواء من الناحية السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، بل أن البعض يرى أن اقتناع الرأي العام في أي بلد من البلاد بعدالة قضية معينة ، لا يكفي فيه أن تكون القضية عادلة في حد ذاتها وإنما يعتمد هذا الاقتناع على طريقة عرض القضية بواسطة وسائل الإعلام المختلفة وما تقدمه هذه الوسائل من آراء ومعلومات وحقائق للرأي العام تساعده وتوجهه للاقتناع أو عدم الاقتناع. وهذا ما يؤيد الفكرة القائلة بأن أي اتجاه أو رأي يكتسب قوة وثباتاً فور تركيز أجهزة الإعلام المختلفة عليه وتوضيحه وتقديم الدلائل والحجج القوية على صحته .

وتجدر الإشارة هنا إلى ما أكدته نتائج الدراسات الميدانية في أن التعرض للعديد من وسائل الإعلام أقوى تأثير من التعرض لوسيلة واحدة من هذه الوسائل ، وأن وسائل الإعلام تختلف فيما بينها من حيث قوة اجتذابها للجماهير ودرجة تأثيرها عليهم ، وثمة موضوعات تصلح للعرض البصري، وأخرى تصلح للعرض السمعي، وثالثة للعرض البصري والسمعي ... وهكذا يختلف التأثير باختلاف الوسيلة والموضوع.

الصحافة وتكوين الرأي العام :-

تحتل الصحافة المقام الأول من بين وسائل الإعلام في التأثير في الرأي العام ويرجع ذلك لعدة أسباب أبرزها أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأنباء

ويميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تطلعتها .

الصحافة المتخصصة:-

وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفوة من القادة و المفكرين و العلماء وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة للدولة.

الصحافة المتميزة:-

وهي الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجة الموضوعات المختلفة وتشتمل مضامينها على أهم الأنباء وعلى تقديم خلفيات إضافية لها، كما تعرض وجهات النظر المختلفة وتجري المقابلات مع المسؤولين الذين يحددون السياسة العامة للدولة، وتقوم بالتحقيقات والمتابعات، ويقراً هذه الصحافة القادة والمتفوقون والمتعلمون وعدد من أفراد الجمهور العام .

الصحافة الشعبية :-

وهي الصحافة التي تقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه ، وعرضها للأخبار يكون سطحياً غير متعمق يميل نحو الإثارة وتمضية الوقت في معالجته للموضوعات المختلفة ، وترتكز على الجوانب الشخصية بدل الجوانب العامة . كما تركز على الشخصيات البارزة من أفراد الصفوة بدون الخوض في التفاصيل التي تهتم الصالح العام .

ويقسم د. مختار التهامي محتويات الصحف بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام على النحو التالي :-

١ - قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام: -

ويمثل هذا القسم الافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات السياسية والاقتصادية والنقد

الأدبي والفني.

٢ - قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام: -

رغم أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفه عامة قد لا تكون موجهه بصفه

أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الأخلاقية والثقافية للجمهور لاسيما الشباب مما

ينعكس أثره على الرأي العام واحكامه واتجاهاته إن عاجلا أو أجيلا.

٣ - قسم ليس له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام: -

تحت هذا القسم صفحه الوفيات والنشرة الجوية وبرامج الإذاعة والتلفزيون والسينما، فمثل هذه المواد لا

تثير النقاش وليست موجهه إلى تكوين رأى عام حول أي قضية.

الإذاعة و تكوين الرأي العام: -

تخطت الإذاعة جميع الحواجز الجغرافية بين الدول ففضت على عزله العديد من الناطق المنسية في العالم

، كما وأنها تخطت حواجز الثقافة والتعليم فوصلت إلى كافة طبقات المجتمع من مثقفين ومتعلمين وأميين وعمال

وفلاحين حتى تحولت إلى سلاح قوي لتكوين الرأي العام والتأثير فيه.

ويمكن تلخيص اثر الإذاعة في الرأي العام على النحو التالي :-

- تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة.

- تحفز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومتابعتها ومناقشتها والإسهام

فيها، ومن شأن ذلك دعم روح الديمقراطية السليمة وإنجاح خطط التنمية.

- التخفيف من حدة العصبية الإقليمية والوطنية والإقلال من شأنها.

- متابعة تثقيف الجماهير وإشباع حاجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية.

- دحض الشائعات الضارة في الحال وخاصة في أوقات الحروب والطوارئ.

- القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التي تخدم التطور وتعريفه القيم التي تعوقه.

فالإذاعة أداة قوية في أيدي المسؤولين عن خطط التنمية الشاملة في الدول النامية وتزداد أهمية الإذاعة مع

زيادة إمكانياتها فنجدها الآن مع أجهزة الريسيفر حيث توجد قنوات إذاعية وتلفزيونية، كما ظهر في الفترة الأخيرة

الراديو الرقمي الفضائي، وبديهي أن هذا التوسع في سعه البث سيفتح مجالاً أوسع للتعددية الإعلامية والفكرية،

ولمزيد من التنوع في البرامج المقترحة، وسيسمح بالزيادة في عدد القنوات المتخصصة التي تستهدف أصناف محددة

من الجماهير - رأى عام نوعي - ولتعميق الإعلام المحلي الذي يعتمد القرب من المستمع ومشاكله اليومية مما

سيشكل ما يسمى بالرأي العام الإقليمي داخل إقليم معين، كما سيتيح أيضاً مخاطبه الناس حول العالم مما يسهل

تكوين رأى عام عالمي.

التلفزيون و تكوين الرأي العام:-

للتلفزيون والإذاعة التأثير ذاته على الرأي العام، و ما ذكر سابقاً من نقاط حول تأثير الإذاعة ينطبق على

التلفزيون أيضاً، غير أن التلفزيون يتميز عن الإذاعة بأنه يجمع بين الكلمة والصورة مما يجذب اهتمام المشاهد،

فالصورة في التلفزيون تجذب عيون المشاهد والكلمة المصاحبة لها تجذب آذانه وبذلك يكون التأثير على الرأي العام

مضاعفاً

ولا أدل من ذلك على أهمية دور التلفزيون في التأثير على الرأي العام وتكوينه من اهتمام مرشحي الرئاسة في

بلدان عدة باستخدام المقابلات التلفزيونية لاستقطاب الرأي العام لضمان الفوز في الانتخابات وخير مثال على ذلك

ما نراه من مناظرات أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية .

كما أصبح التلفزيون من أهم الوسائل التي تلجأ إليها الأحزاب في الانتخابات لكسب ثقة الناخبين والحصول

على أصواتهم، لدرجة أن محطات الإرسال التلفزيون في البلدان التي يخضع فيها التلفزيون لإشراف الدولة تلجأ إلى

تخصيص أوقات متساوية للأحزاب لعرض وجهات نظرها حتى لا يستأثر حزب بساعات إرسال أكثر نتيجة لدفع مبالغ مالية أكثر فيؤثر ذلك على أصوات الناخبين.

وتتوقف قوة تأثير التلفزيون بالنسبة للرأي العام على حسن إعداد البرامج وتنوعها وجاذبيتها للمشاهد والبعد عن السطحية والاستخفاف بعقول المواطنين، وكذلك عرض الحقائق وتبسيطها للوصول بها إلى كافة العقول ذات الثقافات المتباينة.

السينما وتكوين الرأي العام :-

أثبتت السينما وجودها كجهاز له أهميته:

في المجالات المختلفة فعمدت الدول إلى الاهتمام به وجعله أحد أجهزة الإعلام التابعة لها والتي تساهم في ترويج أيديولوجيتها عبر الأساليب التي تنتهجها حيث تستعمل الحكايات والروايات لتمثيل ما تريد على ألسنة الممثلين كجزء من سياق الأفلام، مما يجعل تأثيرها أكثر فعالية من الدعاية المباشرة، كما تساهم - السينما - بدور فعال في مجال التربية و الإرشاد الاجتماعي، إذ تعمل على تربية الناشئة و ذلك بإنتاج الأفلام التي توجه الشباب و الأطفال.

المسرح وتكوين الرأي العام :-

بالرغم من وجود أجهزة الإعلام الحديثة من إذاعة و تلفزيون و صحافة وغيرها وما صاحبها من تقدم علمي مذهل فالمسرح مازال في الصدارة و في مقدمة وسائل التعبير عن الرأي العام المؤثرة في اتجاهات الجماهير، فالمسرح أداة فعالة للتعبير عن الرأي العام و قوة لا يستهان بها في قيادة الجماهير و التعبير عن إرادتها، وتستطيع الحكومات من خلال دراسة المسرحيات ومدى إقبال الجماهير عليها، أن تقف على اتجاهات الرأي العام إزاء المشاكل العامة، فتتخذ القرارات السليمة التي تتلقى مع مصلحة هذه الجماهير وتتوافق مع اتجاهاتها.

- أساليب تغيير الرأي العام:

تعددت أساليب تغيير الرأي العام فهناك أساليب سلبية وهناك أساليب ايجابية، هذه الأساليب بيّنها الدكتور مختار التهامي في أربعة:

1- **أسلوب التكرار والملاحظة** : يؤمن الكثير بأن أسلوب التكرار هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام وهذا الأسلوب اتبعته ألمانيا قبل الحرب العالمية الثانية. وقد وصف (غوبلز) وزير الإعلام الألماني قبل الحرب العالمية الثانية هذا الأسلوب قائلاً: إن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارًا وتكرارًا.

2- **أسلوب الإثارة العاطفية** : إن احترام الجماهير يقوم على المناقشة والإقناع، أما إثارة عواطفها فما هو إلا تعبير عن الاحتقار لتلك الجماهير. لقد كان القائمون على الإعلام في ألمانيا قبل الحرب العالمية يؤمنون بأن استجابة الجماهير تقوم على العاطفة لا على العقل ولذلك فقد وجهوا جهودهم إلى مخاطبة العواطف، وخاصة عاطفة إثارة الحقد والكراهية التي تقوم على التشهير والتشويه وقلب الحقائق.

3- **أسلوب عرض الحقائق** : ويعتمد هذا الأسلوب على عرض الحقائق كما هي على الجماهير إيمانًا بأن الحقائق الناصعة أقوى أثراً وأبقى على الزمن من عرض الأكاذيب والشائعات، وهذا الأسلوب يقوم على احترام عقلية الجماهير، واحترام توجهات الوطن.

4- **أسلوب تحويل انتباه الجماهير** : إن معارضة الرأي السائد بين الجماهير هو أمر صعب فمعارضة رأي أو تيار قد استقر في نفوس وعقول الجماهير يبدو صعباً حتى لو كان ذلك الرأي أو التيار خاطئاً لذلك نرى الكثير من القائمين على الإعلام يلجؤون في مثل هذه الحالة إلى تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع الذي تنتبها الجماهير. (٤)

وأضاف الدكتور خالد اللحام أسلوباً خامساً وهو:

5- **أسلوب الإشاعات** : إشاعة معينة تجعل الناس يهتمون بقضية معينة كانوا غير مهتمين بها من قبل.

والرأي العام ليس دائماً على صواب، فقد يكون نتيجة لتأثير قوى ضاغطة لها قوتها ولها وسائلها الفاعلة. كما أن الرأي العام ليس صالحاً دائماً فنرى في الغرب رأياً عاماً يدعم الفساد كالإجهاض وتقنين الفاحشة وغيرها. ويجب التنبيه إلى أن ليست كل توجهات الرأي العام ايجابية، فالجماهير قد لا تكون على درجة من الوعي السياسي والثقافي فيكون تحركها استجابة لتأثيرات: داخلية أو خارجية قد توجهها للطريق الخطأ الذي لا يخدم الوطن ولا مصالحه العليا. كما أن صناعات القرار قد لا يستطيعون إما لأسباب أمنية أو لاعتبارات أخرى إحاطة الجماهير بكل ما يتعلق بسياساتها أو توجهاتها لإيمانها بأن غالبية الجماهير وخاصة البسطاء يجهلون المصلحة الحقيقية

٤ أساليب تغيير الرأي العام، متاحة على الموقع الإلكتروني، <http://hmsmila.alafdal.net/t165-topic>، تاريخ الزيارة، يوم الأحد ٦-٦-٢٠١٢م

للوطن خاصة تجاه موقف ما أو قضية معينة، فالسواد الأعظم غالبًا ما يتحرك تحت تأثير العاطفة والارتجال والتسرع.

إما الإسلام فقد اعتمد في تكوينه كما ذكر الأستاذ حيدر قفه على أسس ثلاثة هي :

أولاً : العبادة لتقوية الضمير المتصل بخالقه، الرقيب عليه في السر والعلن. لأن المسلم ينطلق من عقيدة راسخة بأن الله مطلع عليه في كل أفعاله وأحواله.

ثانياً : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لخلق البيئة الصالحة التي يتعايش فيها المسلم.

ثالثاً : تقوية خلق الحياء لأن من يملكه الحياء لا يقدر على فعل ما يعاب وإن نازعته في ذلك نفسه الجهول، ولا يقصر في مطلوب منه ممدوح وإن استمالته للتقصير صوارف آنية ضاغطة، ولذا قال رسول الله - صلى الله

عليه وسلم - : " الحياء لا يأتي إلا بخير. "

إن الصحة لا تكون حكماً لازماً مع الكثرة كما قال سبحانه وتعالى " : وإن تطع أكثر من في الأرض يضلوك عن سبيل الله. "

إذن فالقضية تميز بين حق وباطل، لا انبهار بكثرة، فقد تكون الكثرة غير صالحة، ولا خير فيها، وقد يكون

الخير في القلة الصالحة. أما من يزعم بأن الانفراد بالرأي خروج على إجماع الأمة، فقد رد على ذلك ابن مسعود

رضي الله عنه " : الجماعة ما وافق الحق ولو كنت وحدك. " (°)

° المرجع نفسه، نفس المكان.

٢- مفهوم القياس:

تشير الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية في تعريفها لقياس استطلاعات الرأي العام إلى أن قياس الرأي العام يتضمن تحديد ردود أفعال الأفراد والذي يتمثل عادة في كلمات أو عبارات محددة في ظروف المقابلة.

واستطلاع الرأي ليس هدفاً بل هو أداة يستهدف جمع الحقائق عن الجمهور و آرائه ومشاعره، ذلك أن استطلاع الرأي العام قد أصبح طريقة من الطرق القليلة الممكنة للحصول على بيانات عن المواطنين وهي بيانات ذات أهمية بالغة للحكومات سواء كانت ديمقراطية أو ديكتاتورية.

أهمية القياس:

تفرض ديناميكية الرأي العام وتغيره المستمر على صانعي السياسات ومنتخذي القرارات سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي وسواء على المستوى القومي أو القطاعي أو الجزئي والمركزي أو المحلي قياس الرأي العام تجاه القضايا المختلفة قياساً دقيقاً وبشكل مستمر ودائم وذلك بهدف معرفة الواقع الفعلي ودراسة مشكلاته الملحة وتقييم ما تم التوصل إليه بصورة صحيحة عما لدى الجمهور من معلومات وآراء واتجاهات.

ولا شك أن مثل هذا القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام لدى الجمهور أو لدى فئات مختارة منه سوف تتيح الفرصة للمنظمات المختلفة في اتخاذ قراراتها على ضوء الحقائق الموضوعية كما يسمح للحكومة أن توجه الرأي العام توجيهاً سليماً وأن تحشد قوته وتركزها لتتجه اتجاهاً مؤيداً لأنماط التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية وهو ما يتمشى مع الاتجاهات الحديثة في التأثير على الرأي العام على أساس قاعدة التوجيه نحو الأهداف القومية بالاستخدام الواعي للإعلام والاتصال.

وفي ضوء ذلك يمكننا القول إن الاستطلاعات العامة ذات النتائج الموثوق بها تستطيع أن تساعد الحكام في الآتي:-

- تقديم بيانات يمكن على أساسها وضع الفروض ورسم الخطط الحكومية.
- تقييم فاعلية برنامج قائم.

مشكلات قياس الرأي العام:

يفترض الباحثون أن استطلاعات الرأي العام وقياساته وبحوثه تتم بنجاح في الدول المتقدمة حيث تزداد درجة الوعي لدى الأفراد نتيجة ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي وسيادة النظم الديمقراطية التي تتيح إمكانية التعبير الحر عن الآراء ، وتدفع الحكومات إلى سير أغوار الرأي العام قبل اتخاذ أية قرارات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية بالإضافة إلى توافر كافة العوامل والإمكانات المادية التي تتيح القيام بهذه الدراسات.

وهذا الرأي ليس صحيحاً مائة في المائة حتى بالنسبة للدول المتقدمة .. فضلاً عن الدول النامية التي تكتنف عملية قياس الرأي بها مشكلات جمة ، ولا تتعلق هذه المشكلات بطبيعة المتغيرات البيئية المحيطة بعملية القياس نفسها في كل من الدول المتقدمة والنامية وإنما ترتبط بالإجراءات المنهجية لعملية القياس وبالمعلومات التي تعتمد عليها سواء بالنسبة للدول المتقدمة أو النامية.

فبالنسبة للدول المتقدمة نجد أن هناك تيارات ثلاثة تحدد الموقف من قياسات الرأي العام وهي تتلخص فيما يلي :-

التيار الأول :-

يبالغ في الدور الذي يمكن أن تقوم به قياسات الرأي العام في دعم الديمقراطية والحفاظ على استمرارها، ويرفض أي تدخل من جانب السلطة لوضع أي قيود على قياسات واستطلاعات الرأي العام وأصحاب هذا الاتجاه من غير الأكاديميين، من الذين يعملون عادة بمؤسسات تجارية أو يعملون لحسابهم الخاص.

التيار الثاني :-

يقف موقفاً عدائياً من استطلاعات وقياسات الرأي العام خشية استخدامها أو استغلالها بما يهدد الديمقراطية التي هي جوهر النظام الليبرالي، وأصحاب هذا الاتجاه ينتمون إلى المؤسسات السياسية والتشريعية والصحفية .. وهناك في الدول الشمولية يرفض استطلاعات الرأي انطلاقاً من حرص السلطة على تأكيد مقولة "إجماع الرأي العام"، وأحياناً يسمح في ظل هذا الاتجاه بعمل استطلاعات للرأي العام ولكن تحت رقابة السلطة وبغض النظر عن القواعد والإجراءات المنهجية والمعايير الأخلاقية لاستطلاعات الرأي العام.

التيار الثالث :-

ويمثله الأكاديميون ويرون أن قياسات الرأي العام كأى من أدوات الديمقراطية يمكن استخدامها لدعم الديمقراطية كما يمكن استخدامها في الوقت نفسه لتهديدها .. ولهذا فهم من ناحية يتجهون إلى العمل على تنمية الأساليب المنهجية للارتفاع بالمكانة العلمية لقياسات الرأي العام ، ومن ناحية أخرى يؤكدون على ضرورة وجود موثيق أخلاقية يلتزم بها المشتغلون باستطلاعات وقياسات الرأي العام والتي تعمل على تنمية الوعي بأخلاقيات العمل في هذا المجال .. فضلاً عن الاستناد إليها في تقييم استطلاعات وقياسات الرأي العام.

وهذا الاختلاف حول أهمية الرأي العام والذي يحدد مدى قيمته والثقة في نتائجه يعود في المقام الأول إلى الفشل الذي منيت به استطلاعات الرأي في أمريكا وبعض دول أوروبا.

مما رسخ الانطباع بفشل قياسات الرأي العام .. رغم السوابق التاريخية التي خلقت بين الجماهير ثقة تكاد تكون عمياء بنتائج استطلاعات الرأي العام ، ومعهد جالوب واستطلاعاته من أوضح الأمثلة على ذلك .

أما عملية استطلاع الرأي العام وقياسه في الدول النامية فنكتنفها عدة صعوبات أهمها:-

١. عدم الالتزام بالشروط الدقيقة لإجراء قياسات الرأي العام والتي بدونها لا تؤدي القياسات دورها إلا إذا أريد لها تزييف موقف الرأي العام ، ولذلك فإن نتائج هذه القياسات لا تعكس حقيقة الرأي العام حول جزئية ما.

٢. عدم التفسير الدقيق لنتائج القياسات، و يؤدي الاعتماد على نتائج هذه القياسات إلى الفشل.

٣. افتراض الوعي العام لدى أفراد عينة القياس بالإضافة إلى الوعي الخاص بموضوع القياس .. ولا شك أن كلاً من الوعي العام والخاص يرتبطان بأمور كثيرة تتعلق بالمستويات التعليمية والثقافية.

٤. عدم تمثيل عينة القياس للجمهور المعني ، وذلك لنقص البيانات اللازمة عن الشرائح الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.

٥. عدم صدق بعض أفراد العينة في التعبير عن آرائهم ومعتقداتهم للتوجس أو الخوف أو السرية.

٦. ارتفاع نسبة الأمية وعدم القدرة على القراءة والكتابة مما يحول دون تكوين وعي عام لدى الجماهير، ويقلل من قدرتها على الاستفادة من المعلومات المتاحة ومن قدرة وسائل الإعلام على أداء رسالتها ، نظراً لانخفاض قدرة الأميين على تلقي المعلومات وفهمها.

٧. عدم كفاءة قنوات الاتصال في توصيل المعلومات إلى قطاعات الجماهير العريضة حول الموضوعات المختلفة.

٨. النقص الواضح في الموارد المالية للدول النامية مما يحول دون إجراء قياس علمي دقيق لما يتطلبه من تكاليف باهظة وأجهزة تكنولوجيا متقدمة.

٩. التردي المعتمد والفج في نتائج بعض الانتخابات والاستفتاءات يؤثر في نظرة الجماهير لقياسات الرأي العام لعدم جديتها وجدواها.

التقسيم الوظيفي لبحوث قياس الرأي العام :-

يقسم الدكتور سمير حسين بحوث الرأي العام إلى ثلاثة أنواع رئيسية مع التأكيد على أهمية كل نوع منها وتكامله مع الأنواع الأخرى وذلك على النحو التالي:-

١. استطلاع الرأي العام:-

وهو النوع الأول من البحوث والذي يستهدف التعريف السريع والفوري للرأي العام حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لمعرفة مدى الموافقة أو القبول أو الرفض لهذه القضية لدى القطاعات المختلفة الممثلة للرأي العام طبقاً لنوعية القضية أو الموضوع وتوعية الجمهور أو الفئات المطلوب التركيز عليها لمعرفة رأيها ، و يعطي هذا النوع من الاستطلاعات نتيجة سريعة توضح النسبة المئوية للموافقة أو الرفض لدى هذه الفئات ويتسم هذا النوع بالسرعة والحالية الموجهة بمتطلبات فورية ولكنه لا يعطي نتائج متعمقة عن اتجاهات الرأي العام.

٢. قياس اتجاهات الرأي العام:-

ويستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة وراءها ويتميز بالبطء النسبي في إنجازه ويستخدم أساليب وطرق متقدمة في التحليل الإحصائي ، كما أن نتائج هذا النوع من البحوث تعطي أبعاداً أكثر عمقاً وتحليلاً شاملاً ومتعمقاً لاتجاهات الرأي العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل نوعية من نوعيات وفئات الجمهور.

٣. بحوث الرأي العام :-

وهو النوع الثالث من البحوث الذي يفيد في توفير المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل نتائج استطلاعات الرأي العام وقياس اتجاهاته على أسس موضوعية ومعرفية سليمة وواضحة ومستنيرة للاستفادة منها في التخطيط الإعلامي ، كما يتضمن هذا النوع من البحوث أيضاً إجراء دراسات لتحليل مضمون ما ينشر أو يعرض أو يذاع من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة في الخارج لمعرفة الآراء والاتجاهات السائدة بالنسبة لكافة القضايا المثارة بالنسبة للرأي العام الدولي وأيضاً تستخدم للتعرف على مقومات الرأي العام في دولة ما وعلى عادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام أو للكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم.

- تطور قياس الرأي العام

قبل أن تُعرف الطرق العلمية لقياس الرأي العام كانت هناك في المجتمعات القديمة طرق بسيطة غير مضبوطة بالطبع لقياس الرأي العام وغير متقنة ولكنها كانت تؤدي المقصود منها على وجه اجتهادي.

ومن ذلك لجوء الحكام في المجتمعات القديمة لبعض العسس يتحسسون أحوال الناس وأقوالهم وآراءهم وينقلون صورة ما يصل من علمهم إلى الحكام، وتعتمد هذه الطريقة على الملاحظة وقد استخدمت بنجاح في عصر صدر الإسلام، فقد كان الرسول عليه الصلاة والسلام يستعين بالعيون والمراقبين بينهم بين الأعداء ليكشف خططهم وأحوالهم .

ومن الأمثلة على ذلك :عندما أرسل الرسول عليه الصلاة والسلام بشر بن أبي سفيان عيناً له إلى قريش ليأتيه بأخبارهم، وكذلك عندما بعث عبد الله بن حدود الأسلمي ليتحسس أخبار العدو ويأتي المسلمين بالخبر عن عددهم وعدتهم .. كما كان عمر رضي الله عنه يخرج مستتراً على غير توقع يلتقي بالناس حيث يوجدون فيستمع إلى رأيهم وهم غير متحفظين أو متحرجين في الأمور التي تمس حياتهم ليتعرف بالأحوال على حقيقتها، كما كان يرصد للعمال والولاة الرقباء والعيون ليطلعوه على ما ظهر وما خفي من أمرهم .. حتى كان الوالي من كبار الولاة وصغارهم يخشى من أقرب الناس إليه أن يرفع نبأه إلى الخليفة.

كذلك عرفت المقابلة كطريقة لاستقصاء آراء الناس ووجهات نظرهم تجاه القضايا المختلفة منذ القدم ففي العصر الإسلامي مثلاً استخدمت المقابلة، فقد كان الرسول (ص) يتحرى أخبار الناس ويتعرف على مشاكلهم عن طريق المقابلة لاسيما في مواسم الحج، وهكذا نرى أن المقابلة والملاحظة كانتا من الأساليب القديمة لقياس الرأي العام وما تزالان تستخدمان حتى الآن رغم ظهور أدوات ومناهج جديدة .

أما البداية المبكرة لقياس الرأي العام فترجع إلى عام ١٧٧٤ عندما قامت شركة أرامز للاستطلاعات ومؤسسة بن فرانكلين بتكليف من أول كونجرس خاص بالمستعمرات الأمريكية الثلاث عشرة والتي تشكلت منها فيما بعد الولايات المتحدة الأمريكية، بقياس للرأي العام وكان الهدف منه معرفة استجابة الجمهور للحرب المقترحة ضد إنجلترا آنذاك، وشمل الاستطلاع عينة مكونة من أربعة آلاف شخص من كافة المستعمرات وكانت الأسئلة على النحو التالي:

- هل أنت راض عن النظام الحالي للحكم والذي بمقتضاه تحكم من لندن.
- هل أنت مستاء من وجود قوات بريطانية بالمستعمرة التي تقيم بها .
- ما هي المظالم الأخرى التي لديك ضد إنجلترا.
- على فرض أن للمستعمرات فرصة لاستقلالها عن التاج البريطاني فهل أنت على استعداد لحمل السلاح من أجل الاستقلال.

وبعد حوالي نصف قرن أي في عام ١٨٢٤ بدأ في الولايات المتحدة نمط من استطلاعات الرأي العام عُرف باسم الاقتراع الأول، وكان الغرض منه توقع نتيجة الانتخابات، وهذه الاستطلاعات كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح.

وحتى سنة ١٩٣٦ ظلت محاولات قياس الرأي العام تجري كيفما اتفق وبدون استخدام الأساليب العلمية المنهجية في هذا النوع من الاستطلاعات وكانت نتائجها لا تبعث على الثقة ولا يعول عليها.

و منذ ذلك العام بدأت مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام، مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لقلّة نفقاتها وسرعتها في الإنجاز وذلك بفضل معهد جالوب الذي استطاع عام ١٩٣٦ أن يثبت إمكاناته العلمية وكفاءة أساليبه أثناء التنبؤ بفوز روزفلت على منافسه، ونجحت عمليات قياس الرأي العام نجاحاً كبيراً في التنبؤ بنتائج إنتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة عام ١٩٤٠ - ١٩٤٤ ، والتي حوّلت الثقة بقياسات الرأي العام إلى نوع من الغرور جعل هذه المراكز تتنبأ في وقت مبكر بفوز "ديوي" بالرئاسة على ترومان ، وفشلت فشلاً ذريعاً .. وتعرضت عملية قياس الرأي العام أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها لكن سرعان ما عادت إليها الثقة عندما تنبأ معهد جالوب عام ١٩٦٠ بنتائج الانتخابات بين كيندي ونيكسون.

ومع بدايات عام ١٩٦٥ كان قياس الرأي العام مستخدماً من قبل حوالي ٤٠ دولة تعد فرنسا وألمانيا الغربية واليابان من أكثر الدول المستخدمة لهذا النوع من استطلاعات الرأي.

وظهرت في الدول النامية معاهد وأجهزة لقياس الرأي تعمل في قياس الرأي العام واطلاع الجماهير على آراء الأفراد في القضايا التي تهمهم والمواقف التي يمرون بها ومن هذه المعاهد ، معاهد قياس الرأي في اندونيسيا والهند ومصر.

- طرق قياس الرأي العام.

يكاد يجمع الباحثون في مجالات الرأي العام وقياسه على وجود ثلاثة طرق لقياس الرأي العام وهى :-

- طريقة الاستقصاء أو الاستفتاء.

- طريقة المسح.

- طريقة تحليل المضمون.

طريقة الاستقصاء أو الاستفتاء

من المتعارف عليه أن الاستقصاء يستخدم في الدراسات الميدانية التي تعد إحدى أهم الدراسات في مجال

الرأي العام ، والاستقصاء في الدراسات الميدانية يتم بطريقتين هما:

• استخدام صحيفة استقصاء بالمقابلة.

• استخدام صحيفة استقصاء تسلم باليد للمبحوث، أو ترسل له بالبريد أو عبر الشبكة الالكترونية (الانترنت).

ويشترط توافر أربعة عوامل أساسية لنجاح الدراسة الميدانية بصفة عامة أيا كان نوعها في مجال بحوث الرأي

العام سواء كانت باستخدام صحيفة استقصاء بالمقابلة أو بالفاكس أو على الانترنت أو بريدية على النحو التالي:

أولاً: الدقة في تصميم صحيفة الدراسة الميدانية:

وتتحقق الدقة في تصميم صحيفة الدراسة الميدانية بمراعاة كل من القواعد المنهجية في مراحل إعداد

الصحيفة، وبعض الاعتبارات المهمة في صياغة أسئلة الصحيفة على النحو التالي:

أ - مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء:

١. تحديد أهداف الدراسة الميدانية:

تتمثل المرحلة الأولى من مراحل تصميم صحيفة الاستقصاء المستخدمة في الرأي العام والإعلام

في تحديد أهداف الدراسة بوضوح ودقة لأنه إذا كان الهدف غامض جاءت الصحيفة أيضا غامضة

، و يضع ليندرج قاعدة تقول : لا تحاول أن تعد صحيفة قبل أن تلخص غرض الاستطلاع وتختار

العينة المناسبة لتحقيقه .

٢. تحديد البيانات المطلوب جمعها :

يعتبر تحديد البيانات المطلوب جمعها الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة و من أهم الأساليب المفيدة في هذه المرحلة إعداد الجداول الخيالية وإدخال أرقام صورية فيها وتفيد هذه الجداول في:

■ تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديداً دقيقاً .

■ تحديد طرق معالجة هذه البيانات.

■ تحديد مدى فائدة البيانات في تحقيق أهداف الدراسة وحذف الأسئلة التي لا تفيد في تحقيقها.

هناك قاعدة ينبغي الانتباه إلى أهميتها وهي:

ألا تتضمن صحيفة الاستقصاء بنداً لا يكون لدى الباحث أو جهاز قياس الرأي العام فكرة واضحة عن أسهامه في تحقيق أهداف الاستطلاع حيث يساعد تحديد الأهداف بوضوح ودقة في تحديد البيانات المطلوب جمعها .

ويمكن أثناء تحديد البيانات التي تتضمنها صحيفة استطلاع الرأي العام الرجوع إلى ما يلي:

- التراث العلمي والصحائف التي سبق إعدادها في بحوث مماثلة لمراجعتها وتحسين ما يرى الباحث ضرورة تحسينه ليقدم أهداف الدراسة.
- جمع الآراء المتصلة بالموضوع في وسائل الإعلام من خلال الرجوع إلى ملفات الموضوع في أقسام المعلومات الصحفية .
- الرجوع إلى الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة .
- إجراء دراسة استطلاعية إذا كان المدى الزمني المحدد للدراسة يسمح بإجرائها.

٣. تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية:

هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية في مجال قياس الرأي العام :

أ . صحيفة الاستقصاء: التي ترسل بالبريد أو تسلم باليد للمبحوث الذي يقوم بالرد على الأسئلة كتابة بنفسه.

ب . صحائف المقابلة : التي يقوم فيها الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل إجاباته .

ولكل منها مميزات وعيوب نذكرها فيما يلي:-

مميزات صحائف الاستقصاء:

(١) أقل تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال.

(٢) يمكن الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد .

(٣) توفر وقتاً للمبحوث للإجابة على الأسئلة .

عيوب صحائف الاستقصاء :

(١) عدم إمكانية استخدامها مع الذين لا يعرفون القراءة والكتابة مما يؤثر على طبيعة العينة

وتركيبتها .

(٢) يفقد الباحث اتصاله الشخصي بعينة الدراسة مما يحرمه من معرفة ردود الفعل

واستجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة.

(٣) تحمل الكثير من المصطلحات والكلمات أكثر من معنى لمختلف فئات الرأي العام مما

يقلل من قيمة الاستطلاع.

مميزات صحائف المقابلة :

(١) جمع البيانات من المبحوث وجهاً لوجه ، مما يمكن الباحث من معرفة صورة النفس

البشرية .

(٢) استقصاء الموضوعات غير المعروفة والتي تجهل جوانبها المهمة .

٣) تعتبر المقابلة إحدى الوسائل المهمة لتحليل ما بداخل الإنسان ومعرفة ما يبطن من أمور

. وتشرح ما يكون غامضاً .

٤) تكشف التناقض في الإجابات .

عيوب صحائف المقابلة :

١) احتياجها إلى وقت أطول وجهد أكبر .

٢) باحثين مدربين أمناء.

٤. إعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية :

يمر إعداد صحيفة الاستقصاء في بحوث الرأي العام والإعلام في صورتها الأولية بعده خطوات

أهمها :

- إعداد رؤوس الموضوعات التي تشملها الصحيفة بالاسترشاد بأهداف الدراسة أو الاستطلاع .

- كتابة الأسئلة التي تندرج تحت كل موضوع من موضوعات الصحيفة ومراعاة قواعد الصياغة

السليمة للأسئلة .

٥. مراجعة الصحيفة منهجياً وعلمياً:

▪ يفيد عرض صحيفة الاستقصاء في مجال الاستطلاع و بحوث الرأي العام العرض على

مجموعة الخبراء المنهجيين في:

○ دراسة الشكل العام لتكوين صحيفة الاستقصاء .

○ مراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقي من وجهة نظر المبحوث .

○ مراجعة صياغة الأسئلة والتأكد من وضوحها .

○ مراجعة الإجابات المحددة كبداية لاختيار أنسبها واستكمال الناقص منها .

○ مراجعة المادة العلمية الواردة في الصحيفة ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة أو الاستطلاع ومدى

كفايتها في الإجابة على تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصصين والممارسين.

○ اكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات الواردة في الصحيفة واستكمالها.

٦. الاختبار القبلي :

يجرى الاختبار القبلي على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل

البحثي ، ويفيد الاختبار القبلي في :

التعرف على مدى وضوح الأسئلة .

التعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه .

التعرف على الأسئلة التي قد تسبب حرجاً للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة عليها ،

وذلك لإعادة النظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها .

التعرف على مشكلات العمل الميداني .

التعرف على مدى الاستجابة .

التعرف على الزمن الذي يستغرقه ملء الصحيفة الواحدة .

إقبال بعض الأسئلة المفتوحة بعد حصر الاحتمالات المختلفة للإجابة .

٧. إعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية :

بعد انتهاء الخطوات السابقة تتم مراجعة صحيفة الاستقصاء مراجعة نهائية من حيث الشكل العام

وترميزها و الحصول على موافقة الجهات المنوط بها إعطاء هذه الموافقات.

لابد من الإشارة هنا إن الاتجاه المفضل في مجال استطلاع وبحوث الرأي العام ترميز الصحيفة

عند إعدادها حيث ينبغي الآتي:

● التفرقة بين نوعين من الأسئلة عند الترميز وهي :

- الأسئلة المغلقة : التي تعرف احتمالات إجابتها سلفاً والتي يجب أن ترمز في مرحلة إعداد

الصحيفة .

- الأسئلة المفتوحة فترمز عادة بعد انتهاء العمل الميداني .

• إعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة بتحديد رقم العمود أو أرقام الأعمدة التي ستخصص لكل سؤال في كشف التفرغ .

• والقاعدة أن السؤال الذي لا يحتمل إلا إجابة واحدة يخصص له عمود واحد أما السؤال الذي يحتمل أكثر من إجابة فيخصص لكل إجابة عمود قائم بذاته .

ب- بعض الاعتبارات المهمة في صياغة أسئلة صحائف الاستقصاء في بحوث الرأي العام :
أنواع الأسئلة :

تنقسم أسئلة صحائف الاستقصاء في بحوث الرأي العام من حيث الشكل والمضمون إلى:

❖ الأسئلة من حيث الشكل:

• الأسئلة المغلقة : التي تدرج إجابات محددة كبدايل لاختيار واحد منها أو أكثر.

وتتعدد البدائل : نعم أو لا ، درجات للموافقة ، مجموعة من الإجابات يختار المبحوث منها.

• الأسئلة المفتوحة : وهي الأسئلة التي تسمح بإجابة حرة من المبحوث كما يتراءى له وتكتب حرفياً.

مميزات الأسئلة المغلقة :

■ تفرغها بأقل جهد وتكلفة.

■ تمكن الباحث من الثقة في أن الإجابات لن تخرج عن الإطار المرجعي للبحث .

عيوب الأسئلة المغلقة:

■ أنها تفرض توجيهاً معيناً على إجابات المبحوثين.

■ وقد لا يجد المبحوث إجابته بين الاحتمالات المطروحة.

مميزات الأسئلة المفتوحة:

■ إتاحة الفرصة أمام المبحوث للتعبير عن رأيه .

■ تفيد في استطلاعات الرأي العام التي تجرى لأول مرة حيث لا توجد معرفة بالإجابات المحتملة.

عيوب الأسئلة المفتوحة:

صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال.

❖ الأسئلة من حيث المضمون :

ويمكن تقسيم الأسئلة من حيث المضمون إلى أربعة أنواع :

أ- أسئلة الحقائق :

والمقصود بها نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها، فالسؤال قد يكون من أسئلة الحقائق

وتكون إجابته غير حقيقية . مثل السن ، النوع، محل الإقامة .

ب- أسئلة الرأي :

وهي ركيزة قياسات الرأي العام و الإجابات عليها تحتاج إلى تفكير ، ولا توجد إجابة صحيحة واحدة

على هذا السؤال كما في أسئلة الحقائق ، كما لا يمكن التأكد من صحتها.

س : هل توافق على تعليم البنات ؟

أوافق .

لا أوافق .

أوافق بشروط تذكر .

ج-أسئلة الدوافع :

تهدف إلى التعرف على الأسباب والتوصل إلى ما هو أعمق من مجرد الوصف الظاهري للسلوك

بالتعرف على دوافعه وعادة تبدأ الأسئلة : ب لماذا ؟

مثال : لماذا توافق على تعليم البنات ؟

▪ لكي تعمل.

▪ يضمن لها مستقبل أفضل

▪ أخرى تذكر

▪

تستهدف قياس معلومات المبحوثين عن موضوعات معينة وتأخذ الأسئلة عدة صور منها :

أسئلة معلومات مباشرة.

س : ممكن تذكر لي معلوماتك عن الأشياء التي سوف اذكرها لك.

- هناك محافظة يمنية تطل على البحر الأحمر هل تعرف اسمها؟

أسئلة معلومات غير مباشرة بعرض صور على المبحوثين.

س : سوف اعرض عليك صور وأريدك إن تذكر أسماء أصحابها؟

◆ اعتبارات مهمة في صياغة الأسئلة :

- (١) تحديد السؤال تحديداً دقيقاً ومراعاة الإطار المرجعي للمبحوث .
- (٢) مراعاة المستوى اللغوي للمبحوث وصياغة الأسئلة من كلمات الاستعمال اليومي .
- (٣) الاكتفاء بفكرة واحدة في السؤال بحيث لا يجمع السؤال بين سؤالين فرعيين مما يشتت ذهن المبحوث.
- (٤) تفادي استخدام الكلمات والجمل الغامضة .
- (٥) تفادي الأسئلة الإيحائية التي يشعر المبحوث أن الباحث يريد الحصول على إجابات معينة .
- (٦) تجنب الأسئلة التي تحتوي على بعض الموضوعات الشخصية أو المحرجة.
- (٧) مراعاة المنطق في ترتيب الأسئلة وتسلسلها .
- (٨) إرجاء أسئلة البيانات الشخصية إلى آخر صحيفة الاستطلاع .
- (٩) إضافة مجموعة من الأسئلة التأكيدية لقياس صدق المبحوث .
- (١٠) عدم إجبار المبحوث على ذكر رأيه في بعض الأسئلة تجنباً لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين.

ثانياً : حسن اختيار العينة :

الإطار : هو قائمة أو خريطة أو أي وسيلة أخرى تحتوي على جميع وحدات المعاينة للمجتمع موضع الدراسة .
شروط الإطار الجيد لعينات بحوث الرأي العام :

- الكفاية :

أن يتضمن إطار العينة كافة الفئات التي تخدم أهداف البحث .

- الكمال :

القاعدة الأساسية في الإطار الجيد للعينة هي : الحصول على كل المفردات حيث لا يمكن

الاكتفاء مثلاً بالقوائم الناقصة من الصحف أو البرامج .

- الدقة .

ثالثاً : الدقة في العمل الميداني لبحوث الرأي العام :

توجد عوامل تساعد على تحقيق الدقة في العمل الميداني من أهمها:

١. حسن اختيار الباحثين الميدانيين وتدريبهم .

من أهم المشكلات التي تواجه الدراسة الميدانية في ما يتصل بالباحث ما يلي :

- تعمدته التزوير الصريح للبيانات العامة أو تزوير المعلومة الرئيسية.

- الإيحاء المباشر للمبحوثين لإقناعهم برأي معين .

- الاستبدال غير المخطط لمفردات العينة واستبعاد بعض المفردات لعدم التمكن من جمع البيانات

من العدد الكبير.

- التأخر في جمع البيانات وتسليم الصحائف إلى هيئة البحث .

- شخصية الباحث نفسه ومدى قدرته على التعامل مع مستويات اجتماعية وتعليمية مختلفة .

٢. الاتصال بالميدان وتهيئة الرأي العام .

ينبغي على الباحث قبل بدء جمع البيانات الاتصال بالميدان معرفة خريطته كما ينبغي وجود مشرفين

ميدانيين، وموافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

٣. المراجعة الميدانية.

ينبغي مراجعة كل صحيفة من الصحائف على حده عقب المقابلة للتأكد من:

- وجود إجابات على كل الأسئلة.

- وضوح كتابة إجابات الباحثين والمبحوثين.

٤. المراجعة المكتبية.

ينبغي مراجعة كل صحيفة من الصحائف على حده للتأكد من:

- مراجعة أسئلة الصدق والتأكد من مدى تطابق الإجابات واستبعاد الصحائف التي لا تحقق القدر المقبول علمياً.

- ترقيم الصحائف بأرقام متسلسلة .

٥. اختبائي والصدق الثبات.

ينبغي تطبيق الدراسة على عينة من المبحوثين قوامها ١٠ % وينبغي تطبيق هذا الاختبار خلال فترة تتراوح ما بين أسبوع

أو أسبوعين وبدقة متناهية ، وتطبيق اختبار الصدق على كل صحيفة .

رابعاً / الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها.

ينبغي مراعاة الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها ووضع خطة التحليل الإحصائي المناسبة ومقارنة النتائج بنتائج

الاستطلاعات والبحوث السابقة.

- الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام :

طريقة المسح هي إحدى طرق قياس الرأي العام وهي اعم واشمل من طريقة الاستقصاء لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر والكامن الذي لا يعلن عنه جمهور الرأي العام لاعتبارات معينة ، و هناك أداة تستخدم لقياس الرأي العام عن طريق المسح وهي أداة الملاحظة.

الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام :

الملاحظة عملية مستمرة في حياتنا اليومية نلاحظ ثم نتخذ قرارنا في ضوء ملاحظتنا، وتعتبر الملاحظة من الوسائل التي عرفها الإنسان واستخدمها في جمع بياناته منذ أقدم العصور ومازال يستخدمها في جمع البيانات والحقائق التي تمكنه من تحديد مشكلة بحثه وتكوين فروضة وتحقيق هذه الفروض والتأكد من صحتها.

فالملاحظة وسيلة صالحة لإدراك وفهم الظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية .

أولاً / الملاحظة العلمية كأداة لجمع المعلومات في بحوث الرأي العام :

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات في استطلاعات وبحوث الرأي العام إذا توفرت لها عدة شروط

منها:

(١) أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس مجرد فضول أو استطلاع غير هادف.

(٢) أن توضع لها خطة منتظمة .

(٣) أن تسجل الملاحظات تسجيلاً دقيقاً .

ثانياً : إيجابيات الملاحظة في جمع بيانات بحوث الرأي العام :

تتميز الملاحظة بعدة إيجابيات أهمها:

(١) تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة وتسلم

من تحريفها، كما أن كثير من الشائعات والنكات..... يكون من الأفضل رصدها عن طريق الملاحظة.

(٢) لا تتطلب من الأشخاص موضع الملاحظة أن يقرروا شيئاً وهم في كثير من الأحيان

لا يعرفون أنهم موضع الملاحظة.

٣) تمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم قولاً أو كتابةً.

٤) تفيد في دراسة الأثر الانفعالي لبعض البرامج التلفزيونية .

٥) تحقق الملاحظة المطابقة بين القول والفعل وذلك عندما يحتاج الباحث للتأكد من صدق ما يدلي به المبحوث، مثل: قول المبحوث انه يتابع البرامج الصحية ويطبق إرشاداتها بينما تظهر ملاحظة الباحث غير ذلك.

ثالثاً: عيوب الملاحظة كأداة لجمع البيانات في بحوث الرأي العام

١) صعوبة التنبؤ مقدماً بوقوع حادث معين ونجد في معظم الحالات يجب أن ننتظر حدوث ظاهرة لملاحظتها.

٢) قد تكون الملاحظة مضيعة للوقت ومكلفة في بعض الحالات.

٣) لا تفيد الملاحظة في التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع.

٤) لا تجيب بشيء صريح عن الماضي لاستحالة التطبيق العملي لملاحظة أشياء حدثت في الماضي.

٥) يصعب تمثيل العينة التي تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله، وبالتالي لا يمكن تعميم النتائج وهو ما يستهدف من إجراء استطلاعات الرأي العام.

٦) كذلك يندر أن تخلو الملاحظة من التحيز.

رابعاً : شروط الملاحظة الجيدة في بحوث الرأي العام :

١. يجب أن تكون الملاحظة شاملة كاملة بمعنى انه يجب ملاحظة كل العوامل التي قد يكون لها اثر في حدوث الظاهرة.

٢. تهيئة كل الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسي الدقيق لذلك يجب أن يكون الباحث متمتع بحواس سليمة.

٣. أن تكون الأشياء المراد ملاحظتها مما يمكن إدراكه حسيّاً.

٤. على الملاحظ أن يتفرغ أثناء الملاحظة.

٥. أن يتلقى الملاحظ تدريباً جيداً على عملية الملاحظة.

خامساً: أنماط الملاحظة وأساليبها في بحوث الرأي العام :

أ- الملاحظة البسيطة :

- ملاحظة الظواهر وهي في حالاتها التلقائية دون عمد و من خلال ظروفها الطبيعية .

- أهم أساليب الملاحظة البسيطة :

(١) الملاحظة بالمشاركة :

وتعرف الملاحظة بالمشاركة و المفيدة في رصد الشائعات بأنها تلك التي تمكن الباحث من أن يعيش وسط الناس الذين

يرغب في ملاحظتهم ويتيح له أن يساهم لأي مختلف النشاطات .

(٢) الملاحظة بغير المشاركة:

هي الملاحظة التي تتم دون أن يشترك الباحث بأي صورة من الصور في أي نوع من النشاط اليومي.

ب- الملاحظة المقننة :

- هي التي تشكل النمط الثاني من أنماط الملاحظة تختلف بالضرورة عن الملاحظة المبسطة ومحك الاختلاف هو:

خضوع الملاحظة المقننة (للضبط العلمي) .

ولقد شاع استخدام الملاحظة المقننة في الدراسات التي تختبر فروضاً سببية أو الدراسات التي تستهدف تقديم وصف دقيق

لظاهرة ما من الظواهر التي تسعى استطلاعات الرأي العام إلى رصدها ،وتعد مختلف أنواع التسجيلات الصوتية والمرئية من أهم

الوسائل المستخدمة في الملاحظة المقننة (التي لا تصلح لرصد الشائعات وإنما لقياس التأثيرات).

العوامل التي تزيد من فعالية استخدام الملاحظة في بحوث الرأي العام:

١ . ضرورة توفير طرق ووسائل وأساليب تسمح برصد الظواهر بسرعة ودقة وإيصالها في أسرع وقت إلى مركز قياس

الرأي العام كأجهزة الاتصال الحديثة.

٢ . العمل على تقليل تحيز القائمين بالملاحظة .

٣ . تدريب الباحثين.

٤ . التأكيد على الملاحظين ألا يشعروا المجتمع الذي يتولوا رصد الشائعات والظواهر به أنهم يقوموا بهذا العمل حتى

تكون تصرفات أفراد المجتمع عادية.

- طريقة تحليل المضمون

تشكل الرسالة أحد العناصر الهامة في عملية الاتصال لأنها المضمون الذي يسعى القائم بالاتصال لتوصيله إلى الجمهور المستهدف. ولذلك يعتبر المحتوى الوسيلة الأساسية للكشف عن المضمون والشكل وأشياء كثيرة تتصل بنكاء المصدر وقدراته وشخصيته ودوافعه واتجاهاته وقيمه.

أولاً : تعريف تحليل المحتوى :

توجد عشرات التعاريف لتحليل المحتوى من أهمها تعريف

"بيرلسون " : أنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً .

" جانيس " والذي يعرف تحليل المحتوى بشكل مفصل فهو في رأيه: الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث. ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة، وتحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق.

" تعريف دائرة المعارف الدولية": بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطة منهجية منظمة.

ثانياً : استخدامات تحليل المحتوى :

بذلت عدة محاولات لتقنين استخدامات تحليل المحتوى طبقاً لمتطلبات بحوث الإعلام وربط هذه الاستخدامات بعملية الاتصال ونماذجها الأساسية، وقد نجحت تلك المحاولات في وضع مجموعات متكاملة من الاستخدامات لتحليل المحتوى كأداة وأسلوب بحثي في مجال بحوث الإعلام نعرض لها فيما يلي:

المجموعة الأولى: **توصيف المضمون وتحليله من الجوانب الموضوعية والشكلية والأساليب المستخدمة.**

ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية على النحو التالي:

١- وصف الاتجاهات التي ينطوي عليها المضمون الإعلامي.

يؤكد الباحثون على أن أفضل استخدامات تحليل المحتوى وأكثرها فائدة هي التي تركز على ملاحظة ودراسة الاتجاهات التي ينطوي عليها المضمون الإعلامي والتغيرات التي تطرأ عليها .

٢- كشف الاختلافات الدولية في المضمون الإعلامي.

يؤدي التحليل المنتظم للمواد الإعلامية في الدول المختلفة إلى كشف الاختلافات الإعلامية من - حيث المعالجة والمضمون والشكل والاهتمام - بين هذه الدول ويسعى هذا الاستخدام إلى اكتشاف الأخبار و الموضوعات ذات الاهتمام المشترك بين الدول المختلفة وطرق تناولها ومعالجتها.

٣- ربط الخصائص المعروفة للمصدر بالرسائل التي يقدمها.

يستهدف هذا النوع من التحليل مقارنة الرسائل الإعلامية أو الدعائية التي ينتجها أكثر من مصدر - أشخاص أو صحف أو إذاعات وسائل إعلامية متنوعة- والتفرقة بينها تبعاً لخصائص هذا المصدر وما يعكسه عليها من سمات معينة.

٤- المقارنة بين وسائل الإعلام ومستوياته.

لا يؤدي استخدام وسائل ومستويات إعلامية متنوعة إلى اجتذاب جماهير متنوعة فقط ، وإنما أيضا إلى اختلاف معالجات كل وسيلة ومستوى منها للموضوعات نفسها بأساليب وطرق مختلفة ولهذين السببين تتزايد أهمية استخدام التحليل المقارن للمضمون الإعلامي ، حيث يستطيع الباحث من خلاله نوعية الفروق بين المعالجة الصحفية والمعالجات الإذاعية و التلفزيونية لحدث معين.

٥- المقارنة بين المضمون الإعلامي والمعايير والأهداف الإعلامية للوسيلة.

تحدد كل وسيلة إعلامية مجموعة من المعايير و الأهداف الإعلامية - المعلنة والضمنية- تسعى إلى تحقيقها من خلال ما ينشر أو يعرض أو يذاع بها من مضمون إعلامي ويمكن استخدام تحليل المضمون للكشف عن مدى صدق الوسيلة في التعبير عن هذه الأهداف وتحقيقها.

٦- اكتشاف خصائص الأسلوب.

اجتذبت مشكلات وأسلوب الخطابة اهتمامات عدد كبير من الباحثين وظهرت عدة دراسات في هذا الموضوع تركزت في التعرف على:

- خصائص الأسلوب الأدبي الفارقة بين الكتاب.

- كيفية الأدباء في أنماط معالجتهم وأساليبهم الأدبية.

- تغيير الأساليب البلاغية بمرور الوقت.

- متى كتبت الأعمال الأدبية ومن الذي قام بكتابتها.

٧- كشف الأساليب الدعائية الإقناعية.

المجموعة الثانية: وصف القائمين بالعمليات الإعلامية وكشف مقاصدهم ونواياهم.

ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية على النحو التالي:

١- كشف نوايا ومقاصد القائمين بالعمليات الإعلامية وخصائصهم و سماتهم.

٢- اكتشاف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال.

٣- استنتاج المعلومات السياسية والعسكرية للقائم بالاتصال.

المجموعة الثالثة: وصف جمهور المتلقين للمواد الإعلامية.

ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية على النحو التالي:

١- دراسة الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية.

٢- دراسة التغيير في هذه الأنماط.

المجموعة الرابعة: وصف تأثيرات المضمون.

ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية على النحو التالي:

١- دراسة التفاعل والمشاركة.

٢- تقويم السياسات والأهداف.

ثالثاً: وحدات تحليل المحتوى :

وحده التحليل هي الشيء الذي نقوم حقيقة باحتسابه، وهي أصغر عنصر تحليل المضمون، وأكثرها

أهمية، وأهم وحدات المحتوى خمس وحدات لتحليل الرموز اللفظية وهي:

(١) وحدة الكلمة:

وحدة الكلمة ، تعتبر أصغر وحدة من الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى، وقد تكون الكلمة معبرة

عن شخصية معينة أو مفهوم معين أو رمز معين .

(٢) وحدة الموضوع أو الفكرة:

تعتبر أكثر وحدات تحليل المحتوى استخداماً في مادة الاتصال والشائعات والنكت. والموضوع في

صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة تتضمن الفكرة التي تدور حول مسألة التحليل.

(٣) وحدة الشخصية:

يكثر استخدامها في تحليل القصص والأفلام والتراجم ...

من الأهمية التفرقة بين وحدتي: الشخصية والكلمة في حالة الأشخاص حيث تستخدم وحدة الكلمة حينما

تهتم بشخص معين لأنه يعبر عن فكرة أو اتجاه بينما تهتم وحدة الشخصية بتحليل الشخصية وتطورها

في عمل أدبي أو في التراجم والسير.

(٤) الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:

هي الوحدة التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى جمهوره ومن أمثلتها : الكتاب، الفيلم،

العمود، المسلسلات، المسرحيات، البرنامج الإذاعي ، المقال، الشائعة، المقال التلفزيوني.

يمكن تقسيمها إلى أقسام فرعية : فالبرامج يمكن تقسيمها إلى برامج ترفيهية، برامج طوائف وتقسيم

برامج الطوائف إلى برامج الأطفال وبرامج المرأة الخ.

(٥) وحدة مقاييس المساحة والزمن:

يلجأ الباحث لبعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التي شغلها المادة الإعلامية المنشورة

في وسائل الإعلام المطبوعة أو الزمن الذي استغرقته المادة الإعلامية المذاعة بالوسائل السمعية أو

المرئية .

رابعاً : فئات تحليل المحتوى :

يمكن تقسيم فئات تحليل المحتوى إلى نوعين:

- فئات الموضوع: ماذا قيل ؟

- فئات الشكل : كيف قيل ؟

أ- فئات الموضوع : ماذا قيل ؟

١- فئة موضوع الاتصال :

تعتبر أكثر فئات تحليل المحتوى انتشاراً، تجيب على سؤال هو: علاماً تدور مادة الاتصال؟ ويبتكر الباحث فئات الموضوع الرئيسية والفرعية فلا توجد فئات جاهزة وكل بحث ينحت فئاته. فمثلاً موضوع الشائعات تنقسم إلى سياسية وأخرى اقتصادية شائعات... الخ.

٢- فئة اتجاه مضمون الاتصال:

توضح فئة الاتجاه؛ التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون أي: مدى تأييد أو رفض قضية ما توجد عدة تقسيمات في هذا الصدد منها: إيجابي، معتدل، سلبي.

٣- فئة القيم :

يطلق عليها الباحثون تسميات عدة منها : الأهداف، الاحتياجات، وتستخدم للتعرف على الهدف أو القيمة التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها.

٤- فئة السمات :

تستخدم لوصف خصائص الأفراد للتعرف على خصائصهم : كالسن والنوع ومنطقة الإقامة والحالة التعليمية، وهي مفيدة في معرفة سمات مروجي الشائعات.

٥- فئة مصدر المعلومة:

تستخدم للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو الشائعة كالأشخاص، الصحف، وكالات الأنباء... الخ.

٦- فئة الجمهور المستهدف:

تسعى إلى التعرف على الجمهور الذي يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الإعلامية له.

ب- فئات الشكل : كيف قيل ؟

(١) فئة شكل المادة الإعلامية:

تستخدم للتعرف بين الأشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية على النحو التالي:

في الصحف: خبر، مقال افتتاحي، عمود... الخ .

في الإذاعة والتلفزيون: حوار، ندوة، تمثيلية، أغنية، إعلان... الخ.

في الشائعات: شفوية، مطبوعة، محفورة أو مكتوبة على الجدران.

٢) فئة اللغة المستخدمة :

تعتبر هذه الفئة من الفئات الهامة لمل يترتب عليها من فهم الرسالة الإعلامية، ومن أمثلة هذه الفئات اللغة العربية الفصحى، اللغة العربية البسيطة، والعامية.

٣) فئة المساحة والزمن والترتيب والمعالجات الفنية :

و تقيس هذه الفئة المساحة في وسائل الإعلام المطبوعة والزمن في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، وكلما زادت المساحة والزمن كان ذلك من مظاهر الاهتمام.

خامساً : عوامل نجاح تحليل المحتوى في مجال بحوث الرأي العام :

العامل الأول : الدقة في تصميم استمارة التحليل .

تتحقق الدقة في تصميم استمارة التحليل بمراعاة عدة عوامل أهمها : مراعاة القواعد المنهجية في مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى، مراعاة بعض الاعتبارات المنهجية في تحديد وصياغة وحدات وفئات تحليل المحتوى على النحو التالي :

أ- مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى:

- تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوى.

- تحديد البيانات المطلوب جمعها.

- تحديد نوع الاستمارة (يدوية أو آلية).

- إعداد استمارة التحليل في صورتها الأولية .

يمر إعداد استمارة التحليل في صورتها الأولية بعدة خطوات أهمها:

- إعداد رؤوس الموضوعات التي سيشملها التحليل.

- كتابة الفئات التي تندرج تحت كل موضوع.

- مراجعة استمارة التحليل منهجياً.

يجب عرضها على مجموعة من الخبراء المنهجيين والخبراء العلميون:

- الخبراء المنهجيين:

يفيد عرضها على الخبراء المنهجيين في تحقيق عدة أهداف من أهمها:

١ . دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المحتوى .

٢ . مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاءة الفئات وكفايتها في تحقيق أهداف الدراسة

٣ . مراجعة رؤوس الموضوعات والفئات المندرجة تحتها ومدى اتصالها بأهداف الدراسة .

٤ . مراجعة صياغة الفئات والتأكد من وضوحها وشمولها ودقتها .

٥ . مراجعة صياغة الفئات الفرعية المندرجة تحت فئات : ماذا قيل ؟ كيف قيل ؟ وتحت كل فئة

منهما لاختيار الأنسب واستكمال النقص .

- الخبراء العلميون :

يفيد عرضها على الخبراء العلميون في تحقيق عدة أهداف من أهمها :

- ❖ مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية وكفايتها في الرد على التساؤلات .
- ❖ اكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات أو الفئات الواردة في استمارة تحليل المحتوى واستكمالها.

- الاختبار القبلي:

- يجرى الاختبار القبلي على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية من الصحف أو البرامج للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثي، يفيد الاختبار القبلي في:
- ◆ التعرف على مدى وضوح الفئات .
 - ◆ التعرف على مشكلات العمل الميداني كأنقطاع التيار الكهربائي .
 - ◆ التعرف على الزمن الذي يستغرقه العمل ومدى القدرة على الاستمرار فيه .
 - ◆ إضافة فئات جديدة.

- إعداد استمارة التحليل في شكلها النهائي :

يجب عند إعداد استمارة التحليل في شكلها النهائي مراعاة :

- الشكل العام وحسن إخراج الاستمارة .
- الترميز.
- الحصول على بعض الموافقات إذا استلزم الأمر ذلك مثل اعتماد الاستمارة من الجهات الأعلى في السلم الإداري.
- طبع الأعداد الكافية من الاستمارات مع مراعاة تخصيص كمية لاختبار الثبات بين الباحث ونفسه وبين الباحث وعدد من المحليين، بالإضافة إلى كمية إضافية لاحتمالات الخطأ في ترتيب صفحات الاستمارات عند تجميعها.

العامل الثاني: حسن اختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوى الإعلامي

العامل الثالث : الدقة في العمل التطبيقي (تسجيل المادة المراد تحليلها).

يتوقف النجاح في تطبيق تحليل المحتوى على عاملين:

- حسن اختيار المحليين وتدريبهم.
- إجراء اختبارات الثبات: قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية، باختصار تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين التاليين :

١. الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: التوصل لنفس النتائج عند تطبيق نفس الاستمارة على المضمون نفسه.

٢. الاتساق الزمني: أي ضرورة توصل المحللين إلى النتائج نفسها على المضمون ذاته في فترات مختلفة.

العامل الرابع : الدقة في تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها :

:

- الدقة في تفريغ بيانات الاستمارات في كشف التفريغ.
- المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقتها من دراسات.
- عدم حذف شائعة أو نكتة أو ظاهرة لأي سبب من الأسباب.

وهناك تقسيمات أخرى لدى البعض لطرق قياس الرأي العام حيث:

يمثل قياس الرأي العام أهمية كبرى لدى الحكومات، سواء من خلال قدرتها على استشراف رأي عام يمكنها من اتخاذ القرار، سواء لتلبية حاجة مجتمعاتها، أو التعامل مع المشكلات المستجدة، أو تصحيح رؤيته حيال القضايا التي يستهدفها هذا القياس. و تكمن أهميته في كونه أحد قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وهو أحد القنوات المهمة في استشراف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية أو مسائل مستجدة تستلزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع القرار على مائدة المسئول من خلال رؤية تقدمها تلك الاستطلاعات، خاصة إذا ما كانت استطلاعات تقوم عليها مراكز مهنية ومحترفة ومستقلة.

وهناك ثلاثة طرق لقياس الرأي العام:

1 - طريقة الاستفتاء: والاستفتاء عبارة عن مجموعة من الاختبارات والطرائق القصد منه الوقوف على

الرأي العام.

وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من جمهور الرأي العام يتم اختيارها بدقة بالغة وتوجه إليه العديد من الأسئلة التي تحوي موجزًا كاملاً عن المشكلة العامة المراد قياس اتجاهات الرأي العام حيالها. ويتم سؤال الأفراد إما بتسليمهم استمارة الاستفتاء شخصياً أو ترسل إليهم بالبريد أو تذاق على الجمهور عن طريق أجهزة الإعلام ، وتشعر بعد ذلك في دراسة الإجابات واستخلاص النتائج عن طريق إحصاءات رياضية أو رسوم بيانية أو غيرها من الطرائق المختلفة.

ويمر الاستفتاء بعدة مراحل:

أ) الخطة العامة: وهي عبارة عن وضع عامة المشكلة المراد قياس الرأي العام حيالها ويتم دراسة هذه المشكلة بعناية فائقة وتوضع الافتراضات المتنوعة عن إمكانيات تنفيذ خطة الاستفتاء حسب طبيعة المشكلة ثم اختيار أنسب وسيلة للبحث سواء عن طريق وسيلة التسجيل الذاتي وأداتها استمارة الاستفتاء وهي التي يقوم الفرد بملئها بنفسه للرد على الأسئلة المبينة بها عن المشكلة المطروحة للقياس ، وإما عن طريق وسيلة الأداء الشفهي وأداتها

كشف البحث وهو الذي يقوم الباحث القائم بالقياس بملئه بنفسه عن طريق اتصاله بالأفراد. (١)

ب) تصميم استمارة الاستفتاء: وهي من أخطر مراحل قياس الرأي العام بطريقة الاستفتاء حيث أن ((الدقة في اختيار الأسئلة وطريقة إعداد الاستمارة ، وما تتضمنه من بساطة ووضوح ومراعاة نفسية وظروف الأفراد الموجهة إليهم هذه الاستمارة يكون لها أثر كبير في صحة أو عدم صحة النتائج المستخلصة من عملية الإجابات على هذه الأسئلة.

ويجب أن يراعى في إعداد أسئلة استمارة الاستفتاء: عدم الغموض وحسن الصياغة ، وعدم استعمال كلمات فنية قد تحمل عدة معان ، وبساطة عرض المشكلة العامة المراد قياسها ومراعاة ثقافة ووعي الأفراد ، وعدم التلاعب بالألفاظ.

ج) اختيار العينة: يتم اختيار العينة بمراعاة التعداد العام لجمهور الرأي العام وطبيعة هذا الجمهور ، من حيث السن والثقافة والوضع الاقتصادي والاجتماعي وغير ذلك من الاعتبارات حتى تكون العينة ممثلة لكافة فئات جمهور الرأي العام المراد تطبيق الاستفتاء عليه.

ومن طرق اختيار العينة:

* اختيار العينة بطريقة عشوائية:

لإعطاء الفرصة لجميع الأفراد للتواجد داخل العينة وحتى لا تتور احتمالات التدخل في اختيار أفراد العينة.

* اختيار العينة بالطريقة الطبقة:

وتصلح في أحيان كثيرة نظرا لعدم تجانس الأفراد في المجتمع ، فهم يتدرجون في طبقات متباينة . ويتم اختيار العينة داخل كل طبقة من طبقات المجتمع بطريقة عشوائية وبذلك يتم ضمان حسن اختيار العينة بكونها ممثلة لكافة طبقات المجتمع المتباينة.

* طريقة الحصة:

وتتم بقيام الشخص المكلف بالقياس ، بمقابلة عدد من الأشخاص لهم صفات اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية معينة داخل منطقة محدودة من المجتمع ، وتتم هذه المقابلات حتى يتم الحصول على الحصة المطلوبة لكل طبقة من الطبقات وهنا لا تتم المقابلات عشوائيا ، ولكن الشخص المكلف بالقياس يستخدم أي معلومات تجعله ينتهي من الحصة المطلوبة بسرعة.

د - تبويب البيانات: بعد جمع البيانات في استمارة الاستفتاء ، يتم تبويب هذه البيانات والإجابة بطريقة متجانسة وذلك بتفريغها في قوائم خاصة إما باليد أو باستخدام الآلات الإحصائية . (٢)

هـ) تحليل البيانات والإجابات: في هذه المرحلة يقوم أخصائيو قياس الرأي العام ، بعملية تحليل للبيانات التي تم تجميعها وتدوين الملاحظات عليها وتفسير نتائجها.

٦ - حنين بنت عبدالمحسن ، طرق قياس الرأي العام، متاحة على الموقع الإلكتروني ، [http://hmsmila.alafdal.net/t165-](http://hmsmila.alafdal.net/t165-topic)

topic، تاريخ التصفح ، الأحد ، ٦-٥-٢٠١٢م

٧ المرجع نفسه، نفس المكان.

وتمثل هذه المرحلة الحصيلة النهائية لعملية القياس والتوضيح النهائي لرغبات وميول الجمهور .
(و) إعداد تقرير بالنتائج :يقوم الأخصائيون بعد ذلك بإعداد تقرير نهائي لنتيجة القياس موضحا به الملاحظات والتوصيات والنتائج التي تم التوصل إليها . واتجاهات الرأي العام تجاه المشكلة العامة المطروحة .
ويجب أن يتضمن التقرير كافة الخطوات التي تمت خلال عملية القياس والظروف التي صاحبها ، والعقبات التي تكون صادفت عملية القياس ، ومدى الإقبال من الرأي العام على الاستجابة للإدلاء باتجاهاتهم حول هذه المشكلة المراد قياسها .
ويتم رفع هذا التقرير للمختصين لاتخاذ قراراتهم حول المشكلة العامة المطروحة على ضوء نتائج قياس اتجاهات الرأي العام حيالها .

2 - طريقة المسح :

وهي أعم وأشمل من طريقة الاستفتاء لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر والكامن (الخفي) الذي لا يعلن عنه جماهير الرأي العام لاعتبارات مثل وجود حاكم تسلطي أو الخوف من الجهر بهذا الرأي أو عدم اكتمال المعلومات الكافية عن المشكلة العامة المطروحة . وعدم إمام جماهير الرأي العام بما تعتمزه السلطة نحو هذه المشكلة .
وتستخدم وسيلتان لقياس الرأي العام عن طريق المسح وهي :

أ - وسيلة الملاحظة :

وتستخدم هذه الطريقة في عديد من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية ، التي تعتمد على عديد من الملاحظين والمراقبين ، لقياس الرأي العام عن طريق ملاحظة جمهور الرأي العام للوقوف على آرائهم عن طريق ملاحظة التصرفات السلوكية . من شائعات ونكات سياسية وتعليقات متداولة بين الجمهور حيال المشاكل العامة .
ب - وسيلة المقابلة :

وتستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية والتسويق . وتعني التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين الشخص أو الأشخاص المطلوبة معرفة آرائهم .

3 - طريقة تحليل المضمون : تستخدم هذه الطريقة - عادة - في قياس الرأي العام العالمي ، حيث تهتم

الحكومات الحديثة بالوقوف على اتجاهات الرأي العام العالمي ، حتى تساير سياستها الداخلية والخارجية الاتجاهات العالمية الحديثة . سواء في مجال السياسة أو الاقتصاد أو غيرها .
ويقوم هذا النوع على دراسة وتحليل وقياس اتجاهات الرأي العام لهذه الحكومات وتلك الشعوب ، بتحليل اتجاهات الصحافة العالمية وأجهزة الإعلام المختلفة من صحافة وتلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري المختلفة .

نماذج أسئلة لمادة الرأي العام :

س ١/العوامل التي أدت إلي زياده الاهتمام بدراسة الرأي العام؟

أ-زياده عدد السكان

هي زياده عدد السكان الذين يشتركون بصفه ايجابيه في الشئون العامه و كذلك زياده اهميه اراء الناخبين
الذي يزداد عددهم على مر العصور و التعرف و الاتجاهات

ب-نمو و انتشار التعليم

فزياده المواطنين تؤدي الي زياده الاسهم في الحياه العامه و يعبرون عن ارائهم و طموحاتهم و كذلك يؤدي
الي زياده التعليم بالصفوه المتعلمه

ج-تطور وسائل الاعلام

فالتطورات التكنولوجيه التي حدثت بعد الحرب العالميه الثانيه وحدثت بين الناس في اقطار العالمو اصبح ما
يحدث يتردد صداه في كل مكان

د-التغيرات القتصاديه

فهذه التغيرات لها ارتباط وثيق بالرأي العام في المجتمع على نطاق واسع و كذلك الاستهلاك في التركيز و
التقنين وانخفاض وحده التكاليف في البيع و الاعلان

هـ-الاعتراف بدور الرأي العام في المجالات السياسيه و الاجتماعيه

و هي محاوله استماله الرأي العام المحلي و الدولي و انحيازه لطرف معين

و-زياده ارتباط الرأي العام بالسياسه العامه

و هذا الارتباط الواضح في وقت العرب عندما تناول العمليات العسكريه من السكان المدنيين و انقسامهم .وكثير
من السياسات العامه و المحليه و الخارجيه وما يتصل بالتشريعات و الانتاج و تطبيق القوانين و الاستهلاك و
ينحسب على الارتباط بالدول ذات الانظم الشمولييه و الديمقراطيه

س ٢/١/عرض لبعض التعريفات التي قدمها الباحثين العرب و الأجانب للرأي العام و اذكر أسباب الاختلاف لهذه
التعريفات؟

على سعيد الخبير العرب*

يرى د/احمد سويلم العمري..الى أن الرأي العام هو مجموعه من الآراء ووجهات النظر في الحياه العامه -
وإصرار الدوله لإسعاد الناس وعلاج شتى المشكلات والمسائل

يرى د/محمد عبد القادر حاتم..هو تعبير عن قضيه من موقف معين متنازع عليه و قابل للجل وينتج عنه -
المؤثرات وردود الأفعال المتبادله بين أي جماعه كبيره من الناس

وقد وضع د/ سمير حسين تعريف شاملا للرأي العام -

فهو خلاصه آراء مجموعه من الناس و الرأي الغالب لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور قد تكون اجتماعيه
-ثقافيه-فنيه كما تكون ذات طابع محلي أو وطني او إقليمي و دولي له أهميه كبري لدى معظم أفراد الجمهور

يدور حول جدل ويكون الاجتماع له تأثير على القضية او الموضوع الذي يتعلق به

على صعيد الخبراء الأجانب

يري د/ستيوارت ميل..ان ما يريده او يرفضه الجميع هو الشئ الاساسي الحاسم الذي تقرره القواعد وعدم -
التعارض مع القانون

يري ديفيد هيوم..ان الراي العام يقوم على الحكومات -

يري جيمس برايس ..هو مجموعه الاراء التي يدين بها الناس ازاء القضايا و المجموعات التي يهتمون بها -
وتؤثر بها

كي..انه الاراء الذي يعتقد الافراد و الحكومه تتبعها -

اسباب اختلاف هذه التعريفات &

يوجد اختلاف في وجهات النظر لدي الباحثين واهتمامهم وتخصصاتهم فهذا يؤدي الي اختلاف في التعريفات-
أ- درجة التجانس

فالاقلية ليست كافية و الاجماع ليس مطلوباً و لكن الراي العام يستلزم رضي الاقلية عن اقتناع لا عن ..
خوف_براي الاغلبية

ب- عملية تكوين الرأي العام

هو تعبير مركب يشمل أطوار متعاقبة لعملية اجتماعية ديناميكية وتحاول الجماهير المتنافسة في هذه العملية ..
و تعديل الاطار السياسي وكذلك المعنوي و الاقتصادي للمجتمع الملائم مع الاحتياجات المتغيرة

ج-نوعيه الاراء

يركز على الرأي العام على انه مجموعه من الآراء للأفراد الذين لهم درجة معينة من الامتياز و النضج و
الذكاء و العقلانية في المجتمع

د-التاكيد على الجوانب المتعدده للراي العام

يري فلوريد اولبرت ..انه اصطلاح الراي العام تعبيراً جمع كبير من الافراد عن الاراء في موقف معين اما من ..
تلقاء انفسهم او بناء على دعوته توجه اليهم و تعبير مويد او معارض لمسأله معينه او شخص معين او

\$اقتراح ذي اهمية واسعه ويظهر بهذه جوانب متعدده للراي العام

التعريف - الموضوع - درجة الاتفاق - لشده و العمق - التأثير

س٣/تناول بالشرح تقسيمات الراي العام من حيث

النطاق الجغرافي_عصر الزمن_درجة الوضوح_درجة الثبات؟

الراي العام حسب النطاق الخغرافي*

Local..... الراي العام المحلي -

يختلف عن الراي العام الوطني الذي يعبر عن المجتمع الوطني بوجه عام فهو يعبر عن الراي السائد في

:منطقه جغرافيه او المحافظات داخل الدول و بها مختلف الخصائص مثل

الانتماء_الصفوه_التجانس_الاكتفاء الذاتي_

National.....الراي العام الوطني-

يرتبط هذا النوع بالراي العام بالوطن او الدوله و تسند اليه السلطه القائمه و يتميز بعدد من الخصائص التجانس _امكان التنبؤ بها _معالجه المشاكل الوطنيهِ _

Rejional.....الراي العام الاقليمي-

هو الرأى السائد بين مجموعه الشعوب المجاوره جغرافيا كدول الخليج و الدول العربيهِ مثلا و لها عدد من المقومات

المصلحه المشتركه و هي الاهميه _

الارتباط التاريخي _

تقارب العادات و التقاليد _

تقارب اللغه و الثقافه _

تشابه الاوضاع السياسيهِ و الاقتصاديهِ و الاجتماعيهِ الي حد كبير _

International.....الراي العام العالمى-

و يقصد به الاتجاهات التي تسيطر على اكثر من مجتمع واحد و التي تعكس توافقا في المواقف بين اكثر من وحده سياسيهِ و هي سمه من سمات المجتمع الدولي المعاصر

و هو يرغب في الحفاظ على السلم عن طريق اتفاق دولي ويرى الواجب الاول للحكومات هو تجنب احوال --

الحروب النووهِ والراي العام يعارض التعذيب و الاقليهِ و الامتيازات و كذلك السيطرة و يعارض كذلك الي افتقار المشاعر القويه

:الراي العام حسب عنصر الزمن*

Dailyالراي العام اليومي-

وهو الذي يتأثر بالاحداث اليوميهِ ومجريات الامور و تغذيه بصفه خاصه الاحداث الجاريهِ و المناقشات البرلمانيهِ السياسيهِ

Temporary or Momentary.....الرأى العام المؤقت -

هو الراي الذي يتنا ول أحداث طارئه لمدته معينه و ينتهي الراي بمجرد انتهاء التفاف هذه الجامعه و هو يزول بزوال هذه المشكله او الحادثه

Permanent or Enduring.....الراي العام الدائم -

هو الراي الثابت الذي يدوم لفترة طويله و يتصف بالاستقرار و يتأثر اساسا بالعوامل الحضاريهِ و يتميز بانه اكثر رسوخا و يساعد على ارتقاء القواعد الاساسيه و ثوابت الاخلاق و التقاليد

الراي العام حسب درجه الوضوح*

Active.....الراي العام الفعلي او الواقعي -

هو الراي العام القائم فعلا في وقت الازمات و هو ما تنشره الصحف و ما نتناوله وسائل الاعلام المختلفه و ما

يظهر في الاحاديث

Latent.....الراي العام الكامن -

يوجد اذا كانت هناك مشكله معينه تتطلب هذا اتخاذ موقف معين و لكن الناس رغم احساسهم بهذه المشكله في اعمامتهم و موقف الاكتراث

- - - - -

:الراي العام حسب درجه الثبات*

:(الراي العام الثابت (نسبيا -

و ينتج من العادات و التقاليد و يستمر ولا يتغير الا بعد وقت طويل

الراي العام المتغير -

و هو الذي يتاثر بشده وسائل الاعلام و الدعايه و الشائعات و يسهل التاثر فيه و يتغير بسرعه فلا يستمر

س ء اذكر اهم خصائص الراي العام؟

الثبات و التقلب-

ويعتبر الراي عام ظاهره متغيره و تمثل الانتقال من حال إلي حال فالناس لا يثبتون على رأي واحد . و هي تكون مستقره خلال وقت أو غيره التبرير يضمن تعليل السلوك بأسباب منطقيه يقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية انفعاليه و أن كان التبرير يحدث للفرد فانه يحدث للراي العام التعويض عند تعرض المهور للالزامات التي لا يستطيع حلها فيلجا الي ممارسه نوع اخر من النشاط التعويضي و يعوض هذا النقص الجغرافي بابرار صفات اخري كالثوره او التاريخ .

الابدال يعتبر احدي الوظائف النفسيه الهامه بامداد اعضائه الذين يعانون من مختلف انواع القلق او الفشل باهداف بديله تخفف القلق و الفشل.

الاسقاط : تفسير اعمال الغير بحسب ما يجري في النفوس فالشخص الذي يشعر ببعض العيوب يسقطها على غيره و ينسبها اليه

التقمص او التمثيل : هو يكون عكس الاسقاط و يكون احيانا طريقه من طرق التفاهم بين الافراد في المجتمع التطابق او الاتفاق : ..

هو ميل الافراد الي اتفاق مع راي المجتمع و يعتمد كثير من الرجال على الاعلان و الدعايه على هذه الخاصيه

التبسيط : ان رغبه الجمهور الشديد في الوقوف على تبريرات مفهومه وبسيطه و نهائيه للقضايا و المسائل العامه

س ه تحدث عن مراحل تكوين الراي العام و الخطوات التي تمر بها؟

*يذهب العلماء انه يشترط لتكوين الراي العام عدده شروط:

-ان تكون هناك مناقشات مثاره بكل الحقائق حول القضيه المطروحه

-ان تكون هناك شروط وافيه من الجماعات و الهيئات

-يكون هذا الاتجاه متفق مع القيم و المعتقدات و الافكار العامه للناس

*يري الباحثين ان يكون الراي العام حول موضوع ما يمر بمجموعه من الخطوات و هذه توضح اختلاف المدخل الذي يستخدمها الباحثين في عمليه تصوير الراي العام

-*وعرض دافيسون:لعمليه الراي العام اخذا في الاعتبار المدخل الاجتماعي و التركيز على الزعماء و فقا لخطوات و مراحل هي... :

-تأثير الجماعه الاولييه - ظهور الزعماء و القياده -الاتصال بين الجماعات المختلفه

-الصياغه الجديده و القاده الجدد - توقعات سلوك الاخرين -مرحله التفكك و الاختناء

و يشير احد خبراء الراي العام الي انه من المستحيل ان تفهم الراي العام في امه من الامم ما لم يدخل اليها و ناخذ في الاعتبار القوه الماديه و الادبيه و الاجتماعيه التي تشكل شخصيه هذه الامه و التعرف على اتجاهاتها يجب ان نهتم بدراسه المنظمات الاجتماعيه التي تعطى للفرد معتقداته و تشك اتجاهاته نحو موضوعات و قضايا معينه

س٦ اذكر اهم عناصر تكوين الراي العام و تحدث عن خمسها منها بالتفصيل؟

-الجمهور - الشعور - الوطنى الشائعات

-وسائل الاتصال الجماهيري - العادات - الخرافات و الاساطير

-الاتصال المواجهي - الاتجاهات - المؤسسات التعليميه

-التراث الثقافى - المعرفه - الدين - الاسره

-النشئه الاجتماعيه - الاحداث - القاد ه - القيم

1-الجمهور: هم الناس الذي يتكون لديهم المجتمع بطبقاته و مستوياته المختلفه و يحاول الناس فهم انفسهم و القوي التى توثر فيهم لانهم يشعرون بان هذا الفهم ضروري و البيئه الماديه توضح ذلك و هذه الادوات تقوم بسد الاحتياجات لديهم

2:القيم: هى من العوامل الهامه في تكوين الراي العام حيث يدور في اطار القيم السائده في المجتمع و هناك من قام باعاده تشكيل اراء قديمه تقدم تاريخ الفكر فافلاطون صور ان الشخص المنعزل عن الدوله ليس شخص على الإطلاق

3:العادات :هي طبيعه الارتباط بين المثيرات و المنبهات وكذل الاستجابات المتوقعه لدي الراي العام فالخلصه الرئيسيه للناس هي قدرته على التعليم فالطفل عند احرازه تقدم في مرحله الطفوله الي مرحله النضج

4-الاحداث:من الامل الهامه في تشكيل الراي العام باعتبارها نتاج قومي متفاعله داخل المجتمع و تقرر وتحدد سلوكه و رايه العام فهو ناتج قوي يكون مجرد تعبير عن قياده ويحدد العلاقه بين الحدث و المجتمع

5-الشائعات:تعتبر من اقوي العاصر التي توثر في الراي العام سواء سلبييا او ايجابيا حيث تقوم على اساس انتزاع بعض الافكار او المعلومات وكذلك معالجتها وتعريفها سواء بالمبالغه و التاكيد المعلومات فالحذف و التحويل لتجسيمها بطريقه انفعاليه

- س ٧ اشرح باختصار دور الصحافة و الاذاعه و السينما في تكوين الراي العام؟

*دور الصحافة في تكوين الراي العام

-المقصود بها في المعني الضيق: هو الصحف و المجلات و النشرات

و المقود بها في المعنى الواسع هي جميع وسائل الاعلام

الاذاعه و التلفزيون و المسرح و الندوات

-و تنظر اليها الديمقراطيه الحديثه على انها سلطه رابعه في الامه الي جانب التشريعيه و القضائيه و

التنفيذيه و تري انها شديده التأثير في الراي العام لذلك فحرصت على حريه الصحافة

-ومن الخطا الاعتقاد ان الصحافة هي وحدها صانعه الراي العام فالاصلح ان الصحف تؤثر في الراي العام و

بعباره اخري تقود الراي العام و تنقاده و ما زالت الي الان من اقوى وسائل الاعلام

من جهه الاخبار : فينبغي توحى الصحه التامه في نشر الاخبار و تتبع الاخبار التي تنشرها

من حيث المقال و الحديث و التحقيق: فالمقال الافتتاحي هم المنبر الخاص بها و نتحدث الي قرائها و تؤثر

في افكارهم و معتقداتهم

من حيث الصور و الرسوم:تعتمد في التأثير على الراي العام

المجلات و الكتب و النشرات تلعب دورا كبيرا في تكوي الراي العام

>>>> <<<< الصحافة الصفراء >>>> لها خطر كبير فهي تؤثر على الخبر و المقال فتقوم على مبدا الاثاره و

تجاهد الشعوب على التخفيف من التأثيرات السلبيه

الراي العام و حريه الصحافة ينادي الكتاب و الصحفيين بحريه الصحافة فالواقع ان الحريه بلا صحافه لا فائده

منها في المجتمع

و الخلاصه هي لا وجود للصحافه الا في مجتمع ديمقراطي يستطيع التخلص من سيطره المال و سيطره الحكم

س ٨ تحدث باختصار عن: الاستفتاء_تحليل المضمون_المسح باعتبارها اهم وسائل قياس الراي العام؟

اولا: الاستفتاء: هو نوع من الاختبارات و يتم عن طريق بعض الاسئله لكشف الاتجاهات نحو مساله معينه و

تعالج بالرسوم البيانيه و الاشكال و تتبع كالاتي:

-تحديد القضيه او الموضوع تحديد دقيق بعد دراسه كافه اجواب

-وضع الخطه (الفترة الزمنيه_الاحتياجات_الامكانيات الماديه_نطاق البحث

-دراسه مشكلات التنفيذ و كيفيه علاجها

-تفسير النتائج و اعداد التقارير النهائيه و توجد بعض الاعتبارات

(الطرق العشوائيه_الطرق الطبقيه_الطرق الحصصيه

ثانيا: تحليل المضمون: و ترجع اهمييه هذه الطريقه في نظر رجل الاعلامالى انها تساعده في معرفه اتجاهات

الراي العام و بالذات و هو الراي الذي تهتم به الحكومات و تري دائما ضروره الوقوف عليه لانه النجاح في

رسم السياسه الخارجيه

*و يقوم الباحث بتفريغ المعلومات و تحليل المضمون في اطار الاساليب الكينيه

-قياس اتجاهات الراي العام ازاء مشكله معينه في وقت معين

-الرغبه في الكشف عن بعض المفاهيم التي استقرت في دله ما

-قياس الراي العام العام من دوله او منطقه خارج النطاق الجغرافي للجهه التي تقوم بهذا القياس

ثالثا:طريقه المسح :-الرغبه في استطلاع الراي الكامن من خلال الشائعات و الاشارات

-الرغبه في معرفه الاتجاهات في موضوعات متعدده

-الرغبه في معرفه ما يسود في المجتمع كله من اتجاهات ظاهره و كامنه و سريعه

-الرغبه في عمل دراسه استطلاعيه و ذلك بالملاحظه و المقابله

●الخبره و التدريب |الملاحظه

●وجود اسئله ملائمه -العوامل المحيطة بالبيئه -تجميع البيانات |المقابله

س ٩ اعرض باختصار الاهم دراسات الراي العام في مصر؟

لايمكن تصنيف دراسه الراي العام في مصر الى مجموعات نوعيه على النحو التالي |:

●مجموعه الانتخابات و الاستفتاءات المرتبطه ببعض القضايا السياسيه كانتخابات الرئاسة او مجلس

الشعب_الشوري_المحليه.بشان بعض القضايا المطروحه من قبل القياده السياسيه و بهذا تصبح بدايات اوليه

لعمليه استطلاع الراي العام و اتجاهاته بصفه منتظمه

●مجموعه تقارير راي و هو لا تزيد عن كونها عمليه جمع المعلومات عن بعض القضايا بصوره عامه و

ارائهم بهذا الشأن و هذا لا يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ قرارات صحيحه ولا يمكن اعتبارها قياسا صحيحا

●وجود بعض المكاتب و المراكز الخاصه التي تقوم بدراسه الراي العام و ان كانت لاتزال في البدايات لكي

تقوم باجراء بحوث يمكن تنفيذها

●جهاز قياس الراي العام بالمركز القومي بالبحوث الاجماعيهو الجنائيه و يعتبر هذا الجهاز وحده اكاديميه

تعمل طبقا لاسس و معايير موضوعيه

●مركز بحوث الراي العام بجامعة القاهره و انشئ في شهر اغسطس ١٩٨٢ كاحد الوحدات الاكاديميه

الجامعيه ذات الطابع الخالص و كذلك قام بوضع الهيكل التنظيمي واختيار د/سمير حسين كاول مدير لهذا

المركز ووضع هيكله التنظيمي كما يلي

- خدمات المركز - تنظيم المركز

بحيث تقوم كل وحده منها بالمهمه البحثيه المحدده في كافة المجالات السياسيه و الاقتصادييه و الاجتماعييه و

الاعلاميه + - وحده البحوث +وحده الاحصاء و الحاسب الالي + وحده التوثيق و المعلومات

+وحده التدريب +وحده اداريه وماليه

س ١٠/تناول اهم مقترحات تطوير قياس الراي العام في مصر؟

التاكد من ضروره القيام ببحوث الراي العام وقياسه بطريقه دوريه و مستمره بالنسبه لمختلف القضايا و

الموضوعات السياسيه و الاقتصادييه و الاجتماعييه و الدينيه و غيرها . و عدم التخايف من هذه الدراسات

لان هذه المخاطر تنجم من عدم هذا القياس

من الخطوره ان تعتمد على تقارير المعلومات فقط كمقياس وحيد لاتجاهات الراي العام حيث لا تمثل الي الواقع مقياس وحيد و يجب التاكيد على الاسس العلميه في قياس الراي العام المتمثله في تحديد المشكلات و الموضوعات المطلوب قياسها

عدم الاقتصار على جهة واحده فقط من عمليه قياس الراي العام و السعي الى احداث اكبر قدر من التكامل بين جهود مؤسسات بحثيه او مراكز البحوث و توسيع نطاق المعرفه وتحديد كافه الابعاد و الزوايا والمداخل المختلفه وكذلك المزيد من التحليلات و التفسيرات بالراي العام اهميه الربط بين نتائج قياس الراي العام و المضمون الاعلامي الموجهه الى المواطنين عبر وسائل الاعلام او اشكال الاتصال المواجهي المباشر حيث يوجه بدرجة عاليه الي الارتباط بتنوير الراي العام القائم ضروره دعم وحدات القياس بالامكانيات الماديه و التكنولوجيه التي تساعد على سرعه جمع البيانات اهميه التدريب المنظم المكثف القوي البشري من المتخصصين في مجالات دراسات وقياس الراي العام الذي يجب انتائم على اساس التخصص و الخبره و سعه الافاق والاستشعار بمسئليه العمل الوطني الذين يقومون به مع اتاحة الفرصه الي الاطلاع على احداث النظم و القواعد و التجارب العالميه

س ١٢ تحدث عن اهم مشكلات قياس الراي العام في الدول الناميه؟

الواقع ان قياس الراي العام في الدول الناميه عمليه تكتنفها الصعوبات في شتى المجالات فوضع الباحثون البيانات الاحصائيه و هي:

طبيعه الراي العام: الراي العام يفتقر الي النضج و تعريه السطحيه وهذا الامر يسهل الانتقال من النقيض الي النقيض وهذه السمه نتاج طبيعي لاوضاع الفقر و الاميه و شيوع قيم عاطفيه و فوريه اجهزه قياس الراي العام: الدول الناميه حديثه الاستقلال لم تفرغ بعد من حل مشاكل بناء الامه و الدول القادات السياسيه بوجه عامفي الجماهير و تخلق هذه الدول من الاجهزه المتخصصه لقياس الراي العام و ترشيد السياسات و القرارات

المبحثون: يفترض قياس الراي العام علانيه ابداء المبحثون لرايه مع قيام الباحث بتسجيل هذا الراي لاسيما في الدول الناميه حيث انتشار الاميه و استطلاع الراي بالتليفون ويزيد من حساسيه المفحوص مما يجعله الي الرفض كليا. واحد المظاهر السلوكيه للفهلوي هي القدره على التكيف السريع للموقف وما يتطلبه من استجابات مرغوبه و ارتفاع نسبه لاي راي لهم قد يوفق على الباحث

البحوث الاجتماعيه و الاحصاءات الرسميه: ينبغي ان يكون مسبق بتصوير كامل ودقيق قدر الامكان عن حاله هذا المجتمع اقتصاديا واجتماعيا و سياسيا وهذا يساعد الباحث في تصميم العينه و صياغه الاسئله و اجراء المقابلات و تسهم في بناء كثير من الدراسات الاجتماعيه التطبيقيه ففي الدول الناميه لا يوجد هذا التصور و يعكس قله الدراسات الاجتماعيه لجاده وفي بعض الاحيان يقوم ببحوث لتمويل اجنبي و بتعاون باحثون من البلاد و لكن هناك حالات اضطراب البيانات و هذا يشكك مصدقيتها

ماجد عثمان ، إشاعات الرأي العام.. كيف تكون صادقة؟، متاحة على الموقع الالكتروني، <http://hmsmila.alafdal.net/t165-topic>، تاريخ التصفح، الواحد، ٦-٥-٢٠١٢

نشأت استطلاعات الرأي العام في الدول الديمقراطية كتوأم للانتخابات الرئاسية والبرلمانية. وليس من قبيل المبالغة القول إن الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية كانت هي سبب ميلاد استطلاعات الرأي العام، وإنها كانت الدافع وراء الاهتمام المتزايد والتطوير المستمر لطرق قياس الرأي العام، وأيضاً لتحسين دقة التنبؤ بنتائج الانتخابات. ولم تخل هذه المحاولات من إخفاقات أدت إلى مراجعات دورية في أساليب وآليات القياس. وساهمت الطفرات المتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات لتكنولوجيات نقل وتخزين وتحليل المعلومات في استحداث أساليب جديدة للقياس، وهو ما ساهم في انتشار استطلاعات الرأي العام بشكل كبير

أما الدول التي تحكمها أنظمة غير ديمقراطية فلا تشهد عادة قياسات علمية لاتجاهات الرأي العام، لعدم اكتراث النخب الحاكمة برأي الجماهير، خصوصاً في ظل انعدام عملية تداول السلطة. وتكمن المشكلة الأساسية في إجراء قياسات الرأي العام في مثل هذه الأنظمة في أن الفئات المستضعفة عادة ما تؤثر السلامة، ولا تفصح عن رأيها بصراحة، إذا ما كانت أسئلة استطلاعات الرأي العام متعلقة بالشأن السياسي. وتميل هذه الفئات إلى الإدلاء بالرأي، الذي يتماشى مع النظام العام للمجتمع أو الرأي الذي لا يسبب أي ضرر لصاحبه، إذا ما تم كشف خصوصية المدلى بالبيانات. وهنا تصبح نتائج الاستطلاعات ذات الطبيعة السياسية مضللة، حتى إن تحرى القائمون عليها الاعتبارات المهنية والأخلاقية في القياس، لأن الخوف الذي يمتلك القلوب يعقد الألسنة، فتأتي الآراء منافية للحقيقة.

والتجربة المصرية في السنوات الأخيرة تشير إلى أن الفئات غير المستضعفة كانت تعبر بحرية عن رأيها، وتتبنى آراء سياسية تتعارض مع الاتجاه العام لمؤسسات الدولة، وكانت واضحة في توجيه الانتقادات للسياسات العامة. ويتجلى ذلك في التفاوت الواضح، الذي كنا نلاحظه بين الاستجابات للأسئلة ذات الطبيعة السياسية، حسب العمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي، لكن ظلت حرية التعبير عن الرأي تتناسب طردياً مع درجة التمكين الاقتصادي والاجتماعي الذي يتمتع به المواطن، لتثبت أن الأقل تعليماً والأقل دخلاً يفضلون مهادة النظام السياسي السائد.

ولاشك أن ثورة ٢٥ يناير بكل ما حملته من تحولات في المجتمع المصري فرضت واقعاً جديداً يتطلع فيه المصريون إلى تبني نظام جديد تسوده العدالة والكرامة، كما أن المشهد المصري الحالي يشير بوضوح إلى تراجع الخوف من التعبير عن الرأي، والذي كان سائداً بين الفئات المستضعفة. وهذه المعطيات الجديدة تفتح الباب على مصراعيه لإجراء استطلاعات للرأي العام لا تكبلها قيود تسلط الحاكم، ولا يفسدها الخوف من التعبير عن الرأي. وتأتي الانتخابات الرئاسية المصرية بكل ما يتصل بها من مستجدات، لتزيد الحاجة إلى إجراء استطلاعات رأي حول المرشحين لهذا المنصب المهم في فترة زمنية استثنائية ليس فقط في تأثيرها على مستقبل الأمة، لكن أيضاً فيما يحيط بها من غموض وعدم تأكيد، وفي التغييرات السريعة للخريطة السياسية التي لم يشهدها المجتمع المصري من قبل.

والإشكالية الرئيسية التي تحيط باستطلاعات الرأي العام عموماً وباستطلاعات الرأي العام المتعلقة بانتخابات الرئاسة على وجه الخصوص تكمن في الحكم على الاستطلاعات من خلال نتائجها. فعادة ما تأتي نتائج الاستطلاعات لصالح طرف وضد طرف، وهو ما يترتب عليه تشكيك من الطرف المتضرر، كما أن المتلقي لنتائج استطلاعات الرأي العام يتعاطف عادة معها، إذا توافقت مع توقعاته، ويفتر تعاطفه إذا جاءت النتائج مخالفة لهذه التوقعات، مع التسليم بأن رد الفعل غير الموضوعي هو أمر غير مستغرب، لأن المتلقي - في هذه الحالة - يرى أن رأيه هو المرجعية التي يقاس عليها رأي المجتمع وليس العكس.

والأولى من الحكم على الاستطلاعات من منظور ذاتي أن يتم الحكم عليها في إطار موضوعي يُقيم من خلاله المتلقي الاعتبارات المهنية والأخلاقية المتبعة في القياس، فإذا اطمأن لها وجب عليه أن يقبل النتائج المترتبة عليها، حتى إن اختلفت مع توقعاته. ونشير هنا إلى أن الأصل في الأمور أن يتم منح الثقة أو سحبها من الاستطلاع بناء على إتباع الاعتبارات المنهجية، مثل تصميم العينة وحجمها وأسلوب اختيار مفرداتها وصياغة الأسئلة وحجم خطأ المعاينة ونسب الاستجابة. فإذا اطمأننا إلى استيفاء الاستطلاعات هذه الشروط فيجب أن يتم التعامل مع النتائج، باعتبارها جديرة بالثقة، حتى إن كانت لا تتفق مع توقعاتنا

وهنا نشير إلى أنه إذا قررنا عدم قبول أي نتائج صادرة عن بحوث علمية، لأنها لا تتفق مع توقعاتنا لما كانت هناك حاجة أصلاً لإجراء أي بحوث أو دراسات أو تجارب علمية، ولما اعترفنا بكرؤية الأرض أو دورانها حول الشمس. وهذا التعامل الانتقائي مع نتائج استطلاعات الرأي العام يشير إلى حاجة ماسة لأن نحكم العقلية العلمية في التعامل مع الأمور، وأن نرسى القاعدة القائلة بأن «الجهل بالشيء لا ينفى وجوده». إن وجود فجوة بين النتائج الصادرة عن استطلاعات الرأي العام وتوقعات المتلقي لهذه النتائج، يجب ألا يترتب عليه رفض عصبي للنتائج، ويجب ألا تختزل في تشكيك متسرع وغير مبرر في مصداقية هذه النتائج، وإنما يجب أن نتجاوز ذلك إلى محاولة لفهم وتفسير وتأويل الفجوة بين النتائج والتوقعات

وفى نفس الوقت يجب ألا ينظر إلى استطلاعات الرأي العام على أنها المصدر الوحيد للحقيقة المجردة، لكن باعتبارها إحدى الأدوات التي لا تتنافى، وإنما تتكامل مع أدوات أخرى للتحليل العلمي.

وفى ضوء أهمية إجراء استطلاعات الرأي العام في هذه المرحلة الفاصلة في تاريخ مصر، وفى ضوء أهمية أن تأتي هذه النتائج مبنية على منهج علمي رصين ومنهج أخلاقي قويم فإن الحديث عن الحاجة إلى مراكز جديدة لقياس الرأي العام هو أمر يجب أن يشجعه المجتمع المصرى بكل مؤسساته، باعتباره «صناعة» تزدهر، إذا ما تم إطلاق المنافسة بين المنتجين.

وإن كان حديثنا اليوم قد ركز على أهمية استطلاعات الرأي العام في فترات التحول الديمقراطي، إلا أن استطلاعات الرأي العام تتجاوز ذلك، باعتبارها إحدى الأدوات المهمة لإحداث الإصلاح السياسي ولإرساء الحكم الرشيد. فاستطلاعات الرأي العام تسهم فى تحقيق مبدأ المساواة من خلال الاهتمام برأى المواطن فى أداء أجهزة الدولة وكفاءة تقديم الخدمات، وتسهم فى تحقيق مبدأ المشاركة، من خلال التعرف على رأى المواطن فى التعامل مع المشكلات التى تواجه المجتمع، بحيث يصبح جزءاً من الحل وليس جزءاً من المشكلة.

<http://hmsmila.alafdal.net/t165-topic>