



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة طاهري محمد بشار

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

مطبوع بيداغوجي

محاضرات في مقياس تقييم الرأي العام

موجه لطلبة السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة

لإيداعه في ملف الترقية إلى صف الأستاذية

إعداد الدكتور: بقدوري عزالدين

السنة الجامعية: 2025 / 2026

المقرر الدراسي

عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الأول

عنوان الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة : تقييم الرأي العام

المعارف المسبقة المطلوبة: أن يكون الطالب على دراية بالمبادئ الأولية للمنهجية وكيف ترتبط بالتراث النظري، مع التحكم في بعض تقنيات البحث، المعرفة الجيدة بالإحصاء وتقنيات المقابلة ومهارات الاتصال.

البرنامج:

- 1: مفهوم الرأي العام: نشأته وتطوره.
- 2: الرأي العام: الأهمية والخصائص.
- 3: تشكيل الرأي العام: العوامل والمراحل.
- 4: أنواع وتقسيمات الرأي العام.
- 5: وظائف الرأي العام وأساليب تغييره.
- 6: قياس الرأي العام.
- 7: الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام.
- 8: المقابلة واستخداماتها في بحوث الرأي العام.
- 9: الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام.
- 10: تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام.

11: أنواع العينات واستخداماتها في قياس الرأي العام.

12: نظريات الرأي العام ومدارسه الفكرية.

13: الرأي العام وعلاقته بالسياسة

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة، الأعمال البحثية الفردية.

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، الخ)

- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2006.

- شفيق محمد، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998.

- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

- علي قسايسية، عوامل تطور دراسات الجمهور، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة للنشر، الجزائر، 2003.

- جيهان احمد رشتى، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971.

- أرمان وميشال ماتلار، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رابح، تاريخ نظريات العربية للترجمة، بيروت، 2005.

بطاقة تقنية للمقياس

عنوان المقياس: تقييم الرأي العام

وحدة التعليم: منهجية

الفئة الطلابية المستهدفة: السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة

طبيعة المقياس: سداسي

الحجم الساعي: 15 أسبوعا

الحجم الساعي الأسبوعي: أربع ساعات ونصف مناصفة بين المحاضرة والأعمال الموجهة

المعامل: 2

الرصيد: 4

نوع التقييم: تقييم متواصل وامتحان

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
المحور الأول		
مدخل إلى الرأي العام		
المحاضرة رقم 01: مفهوم الرأي العام: نشأته وتطوره		
12	مقدمة	
13	تعريف الرأي العام	أولا
15	مفهوم الرأي العام	ثانيا
21	التطور التاريخي لمفهوم للرأي العام	ثالثا
21	الرأي العام في العصور القديمة	1:3
22	الرأي العام في الحضارة الفرعونية	2:3
22	الرأي العام عند اليونان	3:3
23	الرأي العام في العصر الروماني	4:3
23	الرأي العام في العصور الوسطى	5:3
26	الرأي العام في الحضارة الإسلامية	6:3
27	الرأي العام في العصر الحديث	7:3
28	العوامل التي أدت إلى الاهتمام بدراسة الرأي العام	رابعا
المحاضرة رقم 02: الرأي العام : الأهمية والخصائص		
29	مقدمة	
29	أهمية الرأي العام	أولا
32	خصائص الرأي العام	ثانيا
المحاضرة رقم 03: تشكيل الرأي العام: العوامل والمراحل		
38	مقدمة	
38	عوامل تشكيل الرأي العام	أولا
46	مراحل تشكيل الرأي العام	ثانيا

	المحاضرة رقم 04: تشكيل الرأي العام: العوامل والمراحل	
50	مقدمة	
50	تقسيم الرأي العام وفقا لعمق التأثير والتأثر	أولا
54	تقسيم الرأي العام وفقا لعنصر الزمن	ثانيا
55	التقسيم الكمي للرأي العام	ثالثا
56	تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي	رابعا
57	تقسيم الرأي العام حسب طبيعته	خامسا
59	تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية	سادسا
59	تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق والاجتماع	سابعا
60	تقسيم الرأي العام حسب حركيته	ثامنا
61	تقسيم الرأي العام حسب وجوده	تاسعا
	المحاضرة رقم 05: وظائف الرأي العام وأساليب تغييره	
62	مقدمة	
62	الوظائف السياسية للرأي العام	أولا
63	الوظائف الاجتماعية للرأي العام	ثانيا
65	الوظيفة الاقتصادية للرأي العام	ثالثا
65	أساليب تغيير الرأي العام	رابعا
	المحور الثاني	
	نشأة قياس الرأي العام والأدوات المستعملة في قياسه	
	المحاضرة رقم 06: قياس الرأي العام	
69	مقدمة	
69	تعريف قياس الرأي العام	أولا
70	مصطلحات قياسات الرأي العام	ثانيا
70	الجوانب المنهجية في قياسات الرأي العام	ثالثا
70	أنواع البحوث	1:3
71	المناهج العلمية	2:3
71	مجالات البحوث	3:3
71	مسوح الرأي العام	رابع

71	معايير تحديد حجم الجمهور ونوعيته	خامسا
72	البيانات والمعلومات في بحوث الرأي العام	سادسا
72	طرق قياس الرأي العام	سابعا
المحاضرة رقم 07: الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام		
74	مقدمة	
74	مفهوم الملاحظة العلمية	أولا
75	شروط الملاحظة الجيدة في بحوث الرأي العام	ثانيا
75	أنواع الملاحظة	ثالثا
77	مزايا الملاحظة في بحوث الرأي العام	رابعا
78	عيوب الملاحظة في بحوث الرأي العام	خامسا
المحاضرة رقم 08: المقابلة واستخداماتها في بحوث الرأي العام		
79	مقدمة	
79	مفهوم المقابلة	أولا
80	المبادئ الأساسية في المقابلة	ثانيا
81	أنواع المقابلة	ثالثا
81	متطلبات المقابلة وشروطها	رابعا
82	مزايا المقابلة	خامسا
83	عيوب المقابلة	سادسا
المحاضرة رقم 09: الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام		
84	مقدمة	
84	مفهوم الاستبيان	أولا
86	كتابة الاستبيان	ثانيا
86	مراحل انجاز وإعداد الاستبيان	ثالثا
87	أنواع الاستبيان	رابعا
89	شروط إعداد الاستبيان	خامسا
90	أهمية الاستبيان	سادسا
91	طرق إرسال الاستبيان	سابعا
91	خصائص الاستبيان	ثامنا
92	مزايا الاستبيان	تاسعا

92	عيوب الاستبيان	عاشرًا
المحاضرة رقم 10: تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام		
94	مقدمة	
94	تحديد مصطلح تحليل المضمون	أولًا
95	أنواع تحليل المضمون	ثانيًا
96	أغراض استخدام تحليل المضمون	ثالثًا
97	مجالات استخدام تحليل المضمون	رابعًا
97	وحدات وفئات تحليل المضمون	خامس
97	وحدات تحليل المضمون	1:5
98	فئات تحليل المضمون	2:5
100	خصائص منهج تحليل المضمون	سادسًا
101	خطوات تحليل المضمون	سابعًا
المحور الثالث		
العينات وطرق اختيارها في بحوث تحليل المضمون		
المحاضرة رقم 11: أنواع العينات واستخداماتها في قياس الرأي العام		
104	مقدمة	
104	تعريف العينة	أولًا
105	نصائح لاختيار العينة المناسبة	ثانيًا
105	أنواع العينات	ثالثًا
107	مزايا وعيوب العينة العشوائية البسيطة	رابعًا
109	مزايا وعيوب العينة العشوائية	خامسًا
110	العينات غير العشوائية	سادسًا
113	مزايا وعيوب العينة غير العشوائية	سابعًا
المحور الرابع		
نظريات ومدارس الرأي العام وعلاقته بالحكومات		
المحاضرة رقم 12: نظريات الرأي العام ومدارسه الفكرية		
116	مقدمة	
117	نظريات الرأي العام	أولًا

117	نظرية لولب الصمت	1:1
117	نظرية وضع الأجندة	2:1
117	نظرية الفضاء العام	3:1
118	نظرية القيادة الرأية	4:1
118	نظرية الاستخدامات والاشباعات	5:1
118	النظرية النقدية	6:1
119	نظرية الرأي العام الشبكي	7:1
119	المدارس الفكرية للرأي العام	ثانيا
119	المدرسة الألمانية	1:2
120	المدرسة الايطالية	2:2
120	المدرسة الأمريكية	3:2
120	المدرسة الفرنسية	4:2
121	المدرسة الانجليزية	5:2
121	المدرسة الماركسية - الشيوعية -	6:2
122	المدرسة الليبيرالية الكلاسيكية	7:2
122	المدرسة السوسيولوجية	8:2
122	المدرسة النفسية	9:2
123	المدرسة الإعلامية الاتصالية	10:2
المحاضرة رقم 13: الرأي العام وعلاقته بالسياسة		
124	مقدمة	
125	العلاقة بين الحكومات والرأي العام	أولا
126	أسباب اهتمام الحكومات بالرأي العام	ثانيا
127	النظام السياسي ودور الحكومات في تشكيل الرأي العام	ثالثا
127	مفهوم السياسة	1:3
128	علاقة السياسة بالرأي العام	2:3
128	دور الرأي العام في صنع القرار السياسي	رابعا
132	خاتمة	

المحور الأول

مدخل إلى الرأي العام

المحاضرة الأولى:

مفهوم الرأي العام: النشأة والتطور.

المحاضرة الثانية:

الرأي العام: الأهمية والخصائص.

المحاضرة الثالثة:

تشكيل الرأي العام: العوامل والمراحل.

المحاضرة الرابعة:

أنواع وتقسيمات الرأي العام.

المحاضرة الخامسة:

وظائف الرأي العام وأساليب تغييره.

المحاضرة الأولى: مفهوم الرأي العام: نشأته

وتطوره

سنتناول خلال هذه المحاضرة الإطار المفاهيمي للرأي العام على أن يتم تعريف هذا المفهوم من خلال ما جاء به علماء علم الاجتماع، ثم سنتحدث عن نشأة الرأي العام ومراحل تطوره بداية من العصور القديمة وصولاً إلى العصر الحديث، لنهي المحاضرة بشرح أهم العناصر التي أدت إلى الاهتمام بالرأي

مقدمة:

يُعدّ الرأي العام من المفاهيم المحورية في مجالات علم الاجتماع السياسي، والاتصال الجماهيري، والإدارة العامة، إذ يمثل الاتجاهات والمواقف الجماعية التي يتبناها أفراد المجتمع تجاه قضية معينة أو مجموعة من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وقد اكتسب قياس الرأي العام أهمية متزايدة مع تطور المجتمعات الحديثة وازدياد الحاجة إلى معرفة ما يفكر به المواطنون وما يشعرون به إزاء السياسات العامة أو الأحداث الراهنة، باعتبار ذلك أحد الركائز الأساسية لصنع القرار الرشيد وتعزيز مبادئ الديمقراطية والمساءلة والشفافية.

خضع الرأي العام منذ ظهور التجمعات الإنسانية إلى عمليات التوجيه والتأثير بمختلف الأساليب ومر خلالها بمراحل متعددة على مستوى السلوك والمفهوم معاً، ذلك أن توجيه الأغلبية وتطويرها هدف كل سلطة مهما كانت طبيعتها، فالتطور الحاصل في أهمية الرأي العام لم يكن طفرة واحدة، وإنما خضع لتدرج مرحلي وصولاً إلى المكانة النافذة التي يتمتع بها في العصر الحالي.

إن الدارس لموضوع الرأي العام يلاحظ أن هناك عدم اهتمام بالموضوع في الأوساط العربية على مستوى الدراسات البحثية والتي وإن وجدت فهي تعد قليلة مقارنة بالمواضيع الأخرى في شتى الميادين، ولربما أن من الأسباب التي جعلت من هذه الندرة حقيقة ضيق أفق الممارسة الديمقراطية في هذه المنطقة والتي انعكست على عدم جدية وجدوى دراسة الرأي العام أو حتى أهمية في قياسه من الناحية العملية.

تفترض فكرة الرأي العام في الأساس الإقرار بهامش واسع من الحرية في إبداء الرأي والإقرار به، أي أن يتوفر شرط الحق المطلق في تكوين الرأي بما يتاح من وسائل دون أن يفرض عليه أي طرف رأياً

معينا، والحق في الإعلان به هو تعبير مشترك لأغلب عناصر المجتمع حول مسائل تتعلق بالسياسات العامة محل الخلاف حول جزئياتها وکلياتها.

الرأي العام هو الاتجاه الغالب بين أفراد المجتمع حول مسائل أو موضوع يخصهم له تأثير مباشر على مصالحهم المادية وعلى قيمهم الإنسانية في مرحلة معينة من تاريخ المجتمع. ولا يعبر في أغلب الحالات عن رأي كافة أفراد المجتمع وإنما عن رأي الأغلبية منه، ويمكن القصد منه التعبير عن اتجاهات وسط مجتمع محلي (المدرسة، القرية...). ويشمل غالبية أفراد الأمة في رقعة جغرافية معينة كما يمكن كذلك أن يشمل شعوباً من أمم أخرى (الرأي العام العالمي) المطالب بالتسريع في إيجاد لقاح كورونا المستجد.

ومن الملاحظ أن المهتمين بهذا الحقل المعرفي لم يتوصلوا إلى نظرية في معناها المتكامل والمفسرة لظاهرة الرأي العام على الرغم من الجهود العديدة التي بذلت، ويدل على ذلك أن أغلب الدارسين في هذا المجال يوظفون مصطلحات عديدة ولم يستخدموا مصطلحاً واحداً يعبر عن المفهوم خاصة من حيث التعاريف المقدمة التي زادت من غموض الظاهرة.

أولاً: تعريف الرأي العام:

أ/ التعريف اللغوي:

في الغالب مصطلح الرأي العام يشير للدلالة على توحيد آراء الأفراد حول قضية معينة تهتم المجتمع وتؤثر فيه بشكل مباشر، وفي هذه الحالة فإنه يحمل في ثناياه مجموعة من "أفكار، وجدان، آمال، معتقدات ... الخ"، وكلمة Public تعني الجمهور أو عامة الناس opinion تعني فكرة، رأي، معتقد فكري. (الدبيسي، 2001، ص26) والرأي العام متغير وغير ثابت بين مرحلة وأخرى، والأفكار تصبح المشاكل الأكثر أهمية تطفو إلى السطح في مجموعة متناسقة من الآراء تشكل فئات الجمهور المختلفة، وإذا تمكن رأي منها من أن يقوض الأغلبية أصبحت له قوة التعبير باسم الغالبية من الجمهور.

تشير كلمة الرأي العام إلى حكم أو وجهة نظر الفرد أو الجماعة مبنية على التجربة أو الملاحظة. وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر علني أو مستتر، وبطرق مختلفة ووسائل متعددة بالكلمة

أو الحركة أو النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالسكوت. أما كلمة "عام" فتشير إلى الجماعة، أي أن الرأي العام يهتم بتوجيهات الجماعة لا بآراء الفرد.

ب/ التعريف الاصطلاحي:

إن الوصول إلى اتفاق واحد موحد حول تعريف مصطلح الرأي العام أمر كان صعبا للغاية بين مختلف الباحثين والمهتمين بهذا الحقل المعرفي، حيث أن كل مختص يحدده من زاوية اختصاصه، وهو ما نتج عنه عدد كبير من التعاريف.

يُعرف على أنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس، عما يرونه في مسألة ما. إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة معينة أو شخص معين، حيث تكون نسبتهم في العدد مع الكثرة والاستمرار كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة اتجاه الموضوع محل الرأي.

يضع "ليونارد دوب" في مؤلفه الرأي العام والدعاية تعريفاً محدداً للرأي العام: "اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع يشغل بالهم بشرط أن تكون هذه الجماهير في مستوى اجتماعي واحد" (W.Doob,1966, P35). أما "ألبرت فلويد" فيعرفه على أنه "تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين يهم غالبية لها تأثير في الموقف" (سفاوي، 2003، ص104). وهذا التحديد للمفهوم يتعلق أساساً بالميولات أي تعبير الأفراد عن القضايا المهمة في المجتمع سواء كان هذا التعبير في شكل رأي صريح أو سلوك واضح.

وعرفه "جيمس برايس" في كتابه الديمقراطيات الحديثة بأنه مصطلح استخدم للتعبير عن مجموع آراء الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة على حد سواء (جيم الطائي، 2016، ص12). يعرف "وليام أليج" الرأي العام بأنه الناتج عن عملية تفاعل أفكار الأفراد من أشكال الجماعة، أو هو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما.

ويعرفه "كلاريد كنج" على أنه: "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام، وذلك بعد مناقشة علنية مستوفاة". ويذهب "جيمس برايس" ويعرف الرأي العام على أنه: "اصطلاح يستخدم

للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة" (ممو، 2022، ص56).

ويعرفه " لينارد دوب" على أنه: "موقف جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين." بينما عرفه " أحمد بدر" بأنه: " اتفاق ضمني أو توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة من الأهمية على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة"(رزيق، 2016، ص ص 19-20).

ثانياً: مفهوم الرأي العام:

يميل الكثير من الباحثين إلى تعريف الرأي العام بدايةً بتقسيمه إلى جزأين:

الرأي: يعني الاعتقاد أو الاقتناع أو وجهة نظر يؤمن الفرد بصحتها وبإمكانية تحقيقها إلا أنه لا يصل إلى مرحلة الحقيقة أو المعرفة عن يقين، إذ يجب التفريق بين الرأي والحقيقة.

أما كلمة **العام:** فيعرفونها بأنها لا تعني الإجماع ولكن المقصود بها جماعة من عامة الشعب.

فالإجماع لا يشير إلى الرأي العام، وإنما يرتبط بمسائل التقاليد والمعايير والقواعد التي تنظم سلوك الفرد (صبحي، 2005، ص17).

الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب، أو الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات المجتمع أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية التي قد تكون اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو تربوية، أو فنية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي أو عالمي، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل (محمد حسين، 1996، ص29).

يعتبر مصطلح الرأي العام من أوسع التراكيب استخداماً وأقلها فهماً، ولكي ندرك معنى الرأي العام يجب أولاً: أن نفحص كل تعبير على حدة. فكلمة " رأي " لها معنيان، يعتبر المعنى الأول معرفي وينشق من استخدامه في تمييز مسألة إصدار الحكم عن مسألة واقعية، أو تمييز شيء غير مؤكد عن شيء معروف عنه أنه حقيقي، إما بالإظهار أو بالتصديق (مجاهد، 2007، ص22).

أما المعنى الثاني للرأي العام فيساوي الرأي العام بالسلوكيات، والأخلاقيات، والعادات. وهنا يكون التأكيد على دور الرأي العام الشعبي كنوع من الضبط والتحكم الاجتماعي الغير رسمي. فيساوي بين الرأي والسمعة، والتقدير، والاهتمام عموما بالآخرين وباهتماماتهم ذلك لأنه يحدد السلوك الإنساني (Price, 1992, p 9).

وكلمة "عام" كان لها معاني كثيرة في الاستخدامات المبكرة، ولكن يمكننا هنا أن نشير إلى اثنين من المعاني. ففي أحد المعاني للمصطلح، أشار مصطلح العامة إلى أن الدخول متاح للجميع كما في "مكان عام". وفي العصور الإقطاعية كان مجلس العموم يعتبر عام لأنه كان هناك تصريح عام بالدخول. ولا تزال هذه الفكرة مستخدمة حتى اليوم وذلك عندما نستخدم الفعل "يعمم" للإشارة لجعل شيء ما متاحا على نطاق واسع (Pégree, 1987, p65).

ومن ثم فليس من المستغرب سيادة استخدام مصطلح "العامة" للإشارة إلى موضوعات تستحوذ على الاهتمام العام، وأكثر تحديدا إلى موضوعات تتعلق بالدولة والمناصب العليا، وهذا هو المعنى الثاني للمصطلح والذي لا شأن له تقريبا بالمعنى الأولي، حيث ركز على الاهتمام المشترك أو الصالح العام. (Price, 1992 , p10).

على الرغم من أن فكرة الرأي العام لم تظهر للوجود حتى حركة التنوير الفلسفية، إلا أن كل من كلمة "الرأي" و"العام" كانتا تحملان معهما قبل هذا الوقت استخدامات متعددة تبقى مرتبطة بفهمنا المعاصر للمفهومين فمن الملاحظ أن كلمة "الرأي" كانت تستخدم للإشارة إلى كل من عمليات عقلانية إدراكية وعمليات غير عقلانية اجتماعية (مجاهد، 2007، ص24).

لقد أثار مفهوم الرأي العام قضية جدلية هامة هي الخاص والعام، الفرد والجماعة، فالرأي العام ليس هو مجرد آراء كل فرد على حدة، بل هو شيء أعم من ذلك، وإن كانت آراء الأفراد هي المقدمة التي يستهل بها عملية الرأي العام الفعلي، فالرأي العام هو نتاج التفاعل بين الأفراد نتيجة لتواجدهم معا في حياة جماعية عملية (رمزي، 1998، ص43).

وعلى الرغم من أنه ليس هناك تعريف متفق عليه كما أسلفنا من قبل إلا أننا سوف نستعرض بعض التعريفات المختلفة عن الرأي العام، والتي تمثل اتجاهات ومذاهب شتى بما يخدم الموضوع.

وأول هذه التعريفات تعريف " هربرت بلومر " وهو من أوائل علماء الاجتماع الذين أوضحوا مفهوم الرأي العام، حيث ذهب إلى أن " الرأي العام " نتاج للتفاعل بين جماعات يحدث في سياق اجتماعي سياسي، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية، أو الرأي الشائع بين الأفراد، حيث نرى رأي بعض جماعات الأقلية قد يمارس تأثيراً أقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير رأي جماعة الأغلبية (مجاهد، 2007، ص33).

والرأي العام في نظر " بلومر " يتحرك نحو قرار، ومن ثم فالتعبير عن الرأي العام يتضمن الوصول بهذا الرأي إلى من بيدهم اتخاذ القرار. وقريبا من الاتجاه السابق يرى " كولي " أن الرأي العام ليس مجرد مجموع الآراء الفردية، ولكنه عملية تنظيم لنتائج الاشتراك في الاتصال والتأثير المتبادل (رزيق، 2016، ص34).

وقد ذهب " ألبيج " إلى أن الرأي العام يتشكل كنتاج للتفاعل بين جماعات من الأفراد يتناولون بالمناقشة قضية خلافية أو موضوعا جدليا تتعارض أو تتباين فيه الآراء. فالرأي العام هو التفاعل الذي يحدث بين أفراد مجتمع ما على إحدى المشكلات المطروحة بحيث يأتي رأي الجماعة تعبيراً عن ذلك التفاعل من جميع المواقف التي يؤكد بها أفراد الجماعة، كما أنه لا يتخذ شكله الواضح إلا من خلال هذا الاختلاف في الرأي (رمزي، 1998، ص109).

أما السلوكيون من أمثال " جورج ليدنرج " فقد ذهب إلى أن الرأي العام هو: " أي رأي يستند إلى سبب يجعل الجمهور يتقبله، وهو يعتقد أن السلوك المعتاد يمكن أن يتضمن الرأي العام. (Schetter, 1960, p9).

وذهب "دوب" في تعريفه للرأي العام إلى أنه " يشير إلى مواقف الناس في قضية ما عندما يكونون أعضاء لنفس الجماعة الاجتماعية "، وفي هذا التعريف ساوى "دوب" بين " الآراء " و"المواقف" رغم أن المصطلحين يشغلان مواضع مفاهيمية مختلفة.

هناك أيضا تعريف "هاريمان" والذي ذهب إلى أن الرأي العام هو الرؤى أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الأفراد، التي يمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأي العام باستخدام عينات ممثلة، وفي هذا التعريف ساوى "هاريمان" بين الرأي والاتجاه، وهو موضوع خلاف

وجدل، حيث توجد العديد من العوامل على المستويين الفردي والاجتماعي تحول دون اعتبار الرأي هو الاتجاه أو السلوك (محمد حسين، 1996، ص37).

وقد ذهب "كي" إلى أن الرأي العام هو: "الرأي الذي يحتفظ به أشخاص لا يشغلون مناصب عامة في الدول، والذي ترى الحكومة أنه من الحكمة الاهتمام به". وقد ركز "كي" على دور الطبقة الوسطى في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه، كما أشار إلى دور الطبقات العليا في المشاركة السياسية، وفي السيطرة الاجتماعية على الرأي العام، وانتهى "كي" إلى أن الموقف الوحيد الذي يمارس فيه الجمهور دوره على متخذي القرار ينحصر في الانتخابات والاستفتاءات (Herbst, 1993, p439)

أما "جيمس برايس" فيعرف الرأي العام على أنه: "هو الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته ... وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها العقلانية والمنطق، وعلى أن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة". (Forbes, 1983, p161)

ويرى "كولي": أن الرأي العام لن يكون تجمع لأحكام فردية مختلفة، ولكنه تنظيم تعاوني يتم عن طريق اتصال التأثير المتبادل والمشارك، وربما يختلف الرأي العام عن افتراض أن الأفراد ربما يكونون في تفكير معين كأفراد منفصل الواحد منهم عن الآخر، بيد أن هذا يتلاشى حينما نرى أن الرأي العام بمثابة سفينة تبنى عن طريق مئات من الرجال لا يستطيع واحد بعينه بنائها على انفراد.

أما "ليونارد دوب" فيرى أن الرأي العام يعني اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع يشغل بالهم، بشرط أن تكون هذه الجماهير في مستوى اجتماعي واحد. وصبغ "جنزيرج" الرأي العام بصبغة اجتماعية، ففي رأيه أن الرأي العام رغبة مبهمّة تسود المجتمع وتهدف إلى المحافظة على كيان المجتمع. فهو ظاهرة اجتماعية، وينتج تلقائياً من تفاعل مجموعة الآراء المختلفة التي تسود بين أفراد المجتمع، وتتبلور في شكل موضوعات معينة (حاتم، 1972، ص35).

فالرأي العام إنما يعبر عن آراء الجماهير بعد المناقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس اتجاهها انفعالياً يصدر عن الجمهور الهائج الذي يجتمع اجتماعاً مؤقتاً، وإنما هو حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة، إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

والرأي العام ليس مجرد رد فعل بسيط أساسه العرف والتقاليد، بل على العكس من ذلك قد ينطوي على الخروج على التقاليد، فهناك وعي وتفكير للمشكلات. فالجماعة - مثلا - قد تواجه مشكلة من المشكلات تتطلب حلا، وتتصل برغبات الجمهور وحاجاته، فيهب القادة لتحديد المشكلة وإلقاء الضوء عليها، واقتراح ما يروونه لحلها (حاتم، 1972، ص14).

عرف "إبراهيم الإمام" الرأي العام على أنه: " الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة". ويعرف " ليم البيج " الرأي العام بأنه تعبير عن موضوع معين يكون محل مناقشة من جماعة ما.

لكن الرأي العام هو رأي غالبية أفراد الشعب في موقف معين ذي أهمية واسعة، أي أن هذا الرأي متصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام، وهو ما يمكن أن يمارس تأثيرا على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة، والأهم أن هذا " الرأي العام " يتكون نتيجة النقاش الحر داخل المجتمع، أي أنه تفاعل منظم ينتج عن عملية الاتصال والتفاعل بين هؤلاء الأفراد(حجيم الطائي، 2016، ص ص 12-15).

فالمناقشة تمنح الرأي العام مصداقيته في التكون والظهور باعتباره بعيدا عن أن يكون نتاج فرد واحد، بل إنتاج مناخ عام وتفاعل مئات من مجموعة مؤثرات متداخلة، وهو الأمر الذي يطبع الرأي العام بطابعه الاجتماعي الذي غالبا ما يوصف بأنه " قبل كل شيء ظاهرة اجتماعية "، وهو ما يعني أنه إذا كان الرأي العام ينشأ ويتطور في وسط اجتماعي له طبيعته وأطره التأسيسية فإنه يظل مرتبطا به ويحمل خصائصه الذاتية المميزة له.

يمثل الرأي العام تيارا يسري عبر الجماهير، يعكس أفاق تطورها ويعكس رضاها أو سخطها ويظهر ذلك غالبا في صورة مجموعة من الضغوط والأحكام التي تصدرها هذه الجماهير تجاه عمل أو حدث من الأحداث، فهو يمثل قوة جارفة، من الصعب التحدي لها أو التأثير عليها.

يصف العالم " برايس " الرأي العام في كتابه الديمقراطية العصرية بأنه: " تعبير يستخدم عموما للتعبير عن مجموع الآراء التي يعتنقها الناس عبر الشؤون التي تؤثر في المجتمع، أو فهمه، انه مجموعة من كل نوع من المعلومات المتناقضة والمعتقدات والأوهام والأفكار المثيرة والتطلعات(خورشيد، 2012، ص50).

ويقول الدكتور مختار التهامي، في كتابه الرأي العام والحرب النفسية والذي يعرف الرأي العام فيه بأنه: " الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمتها مسا مباشرا (خورشيد، 2014، ص51).

كما يعرف الرأي العام بأنه خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو دولي، ويثور حولها الجدل وأن هذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به (مصطفى، 2014، ص21).

وتخلص هذه التعاريف إلى أن الرأي العام ما هو إلا اتفاق مجموعة من الناس (الرأي الغالب) أو الاعتقاد السائد في المجتمع تجاه ظاهرة معينة أو قضية معينة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ذات طابع محلي أو قومي أو إقليمي أو دولي محل جدل جماهيري واسع. هذا الإجماع له قوة تأثيرية على القضية محل النقاش (محمد حسين، 1996، ص14).

وترجع الدكتورة شاهيناز طلعت هذه الاختلافات في تعريف الرأي العام إلى اختلاف نظرة الكتاب والمفكرين إلى الرأي العام، تلك النظرة التي حصرت معنى الرأي العام وحددته في نطاق معين، ولذلك فهناك جوانب رئيسية اعتمد عليها الكتاب في تحديد معنى الرأي العام وهي: (خورشيد، 2014، ص51).

- طبيعة الفرد وسماته.

- تكوين الآراء وخصائصها.

- اختلاف اهتمامات الكتاب ومجالات تخصصاتهم وميادينهم.

إن الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو اجتماع آراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب تجاه قضية أو موضوع أو ظاهرة اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية، تربوية أو فنية. كما تكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي أو

دولي، وقد تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد المجتمع ويثور حولها الجدل. ويكون لهذا الاجتماع قوة تأثير في الموضوع.

إن الوقوف على تحديد مفهوم الرأي العام أمرا صعبا نظرا للاختلافات العديدة بين الباحثين وتعدد التخصصات والمجالات التي اهتمت بهذه الظاهرة على غرار علم الاجتماع والسياسة وعلم النفس الاجتماعي وغيرها من العلوم.

إن صعوبة الوقوف على تعريف واضح ودقيق للرأي العام تكمن فيما يلي: (خورشيد، 2014، ص53).

* أن الرأي العام من الصعب وصفه ومن المستحيل رؤيته ومن غير الميسور قياسه.

* اختلاف النظرة للرأي العام تبعا لاختلاف تخصصات الباحثين.

* اختلاف اهتمامات الباحثين وتقديرهم لقيمة الرأي العام.

فالبعض يرونه اتجاها، والبعض يرونه حكما أو سلوكا، وهناك من يرى فيه مجرد تجميع للآراء الفردية.

* الخلط بينه وبين رأي النخبة أو الصفوة.

ثالثا: التطور التاريخي لمفهوم الرأي العام:

1:3: الرأي العام في العصور القديمة:

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث، وإن كان اصطلاح الرأي العام استخدم أول مرة في القرن الثامن عشرة إبان الثورة الفرنسية، على لسان وزير مالية لويس 16 "جاك نيكير" للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في البورصة (ممو، 2022، ص25).

فالظاهرة قديمة قدم المجتمع الإنساني، فقد كانت الأنظمة الاجتماعية السائدة آنذاك تولي آراء الناس أهمية معينة وتستطلع الآراء والأفكار المختلفة للوصول إلى القرارات السليمة.

وقد عرفت الحضارات الموعلة بالقدم منذ أكثر من سبعة آلاف سنة مثل حضارة وادي الرافدين ووادي النيل أشكالا متقدمة من الأنظمة السياسية لم تكن خالية من المفاهيم المتصلة بظاهرة الرأي العام.

عرف اليونان مفاهيم قريبة من الرأي العام، كالاتفاق العام والاتجاهات السائدة. ويقسم أرسطو المستمعين وهم الذين يكونون الرأي العام في عصره حسب السن إلى شباب وكبار السن، ثم يقسمهم حسب ما نسميه ظروف الحظ، وهي الأصل والثرة والقوة. ولم تكن الحضارة اليونانية وحدها هي التي عرفت الرأي العام، وإنما عرفت الحضارات على مختلف العصور.

ففي العصر المسيحي أيضا ظهرت عبارة الاتفاق العام، والإجماع العام، وهي مبنية على فكرة الشعور الجماعي التي كان يستخدمه أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المتنازع عليها.

أثار الفلاسفة الإغريق في كتاباتهم تساؤلات عن مدى دلالة تعبير الكثرة عن رأيها في المسائل السياسية المثارة في المجتمع. فإذا كان أفلاطون قد أنكر قيمة الرأي العام مثيرا الشك حول وجوده أصلا، فإن أرسطو كان أكثر ايجابية في تقديره للدور السياسي الذي يلعبه الرأي العام (خورشيد، 2012، ص25).

فالأمم القديمة عرفت الرأي العام وسعت إلى تكوينه عن طريق المناقشات والحوارات أو عن طريق الخطب السياسية أو الدينية أو الحرية التي يكون هدفها هو شحذ همم الجنود وتعبئتهم للقتال أو الدفاع عن قضية تتعلق بالعقيدة أو الوطن.

3:2: الرأي العام في الحضارة الفرعونية:

لم تشر الدراسات التي اهتمت بالتراث الفكري لحضارة مصر القديمة إلى ما يدل على أن شعوب تلك الحضارة كان لها إدراك واضح لمفهوم الرأي العام، إلا أنها كشفت عن الأساليب التي نجحت إلى حد كبير في التأثير على الرأي العام وتوجيهه من خلال تأليه الفرعون وتعظيمه إلى جانب المكانة التي حضي بها كهنة المعابد.

3:3: الرأي العام عند اليونان:

يمكن تصور هذه الحضارة من خلال تطور المدن الإغريقية (الدولة المدينة) حيث عكست المناقشات التي تمحورت حول المسائل العامة والتي تمس المجتمع والدولة وكان رأي الهيئات التمثيلية

(المؤتمر العام، مجلس الخمسمائة) والتي كانت تمثل أحد ملامح تشكل الرأي العام في تلك الفترة فهو المسيطر والحاكم الفعلي في دولة المدينة (حاتم، 1972، ص39).

وقد أشار أفلاطون إلى المفهوم مع إقراره بسلبيته في مجال المناقشة السياسية التي لا يمكن أن تتأثر بمواقف العامة ذلك أن الحقيقة أرفع من القدرة الإدراكية لعامة الأفراد.

أما أرسطو فيرى العكس من ذلك فهذه الأغلبية التي كانت تفعل ما تشاء وهي الحاكم المباشر على حد تعبير " أرسطو " حيث قسم الرأي العام حسب السن (شباب، كبار) وحسب الأصل والقوة والثروة ولكل فئة مميزاتها (الشمري، 2022، ص38). و رأى أن رأي الجماعة يمكن أن يكون له فائدة سياسية مقارنة برأي الأقلية.

3:4: الرأي العام في العصر الروماني:

عرفت الإمبراطورية الرومانية بعض الدلالات الاصطلاحية التي تشير وتوضح مفهوم الرأي العام على الرغم من أنها اتبعت ما كان سائدا في الدولة المدينة كظاهرة فرضت نفسها على الساحة السياسية حيث عبر عنها بمصطلح (صوت الشعب أو الجماهير) (بدوي، 1997، ص78). إلا أن النظام الاجتماعي الإمبراطورية اعتبر أن من لديهم الحق في الإدلاء برأيهم من المواطنين من ينتمون للأسر الحاكمة ويستثنى من ذلك العبيد وكل من لا ينتمي إلى روما.

ومن بين الفلاسفة الرومان الذين قدموا إسهامات حول مفهوم الرأي العام " شيشرون " و"سينيكا" و" كونيوس" هذا الأخير الذي قدم رسالة عن الدعاية وفنونها (حاتم، 1972، ص60).، وعرفت الحضارة الرومانية الكثير من أساليب التأثير على الأفراد وأنماط السلوك حيث عرفت انتشار الصحافة اليومية وهي الصحافة التي ضلت تمد سكان روما بالأخبار على امتداد أربعمئة سنة كما عرف الرومان مفهوم صوت الجمهور القريب من مفهوم الرأي العام (عبد الحلیم، 2013، ص48).

3:5: الرأي العام في العصور الوسطى:

إذا كان العالم في العصور الوسطى لم يعرف مصطلح (الرأي العام) فإنه كان يتداول تعابير ومصطلحات أخرى تدل على وجود ظاهرة الرأي العام من قبيل: الإجماع، رأي الأغلبية، صوت الشعب، الرأي السائد، الرأي الغالب، الجماهير، عامة الناس، آراء الرعية، فكر الجماعة ... الخ. ولم يستخدم

المفكرون السياسيون _ أمثال أفلاطون وأرسطو _ تعبير (الرأي العام) بنفس المعنى الذي نستخدمه الآن، إلا أنهم كثيرا ما كانوا يتحدثون عن (الرأي الجماهيري) وأهميته في الحياة العامة.

ونشأت فكرة الرأي العام على أساس مفهوم الديمقراطية وإسناد السلطة على رغبة الرعية، وقد أدى الرأي العام دورا كبيرا في نشر الديمقراطية في اليونان قديما وفي الصراعات التي دارت في قارة أمريكا اللاتينية في نيكاراكو والسلفادور (المحنة، 2002، ص66).

وبقوة الرأي العام حاربت البرجوازية النظام الملكي والإقطاعي في فرنسا، وبهذه القوة أيضا حاربت المستعمرات الأمريكية السيطرة البريطانية. وقد عبر المفكرون الفرنسيون عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة، فاختار مونتسكيو اصطلاح العقل العام، أما روسو ففضل اصطلاح آخر هو الإرادة العامة، وكانت العبارة الألمانية مطابقة لهذه المصطلحات الفرنسية كما يبدو من اصطلاح الروح الشعبية.

ويرى الكثير من الباحثين أن الرأي العام في القرون الوسطى كان سلبيا، ولعل ذلك يعود إلى سيطرة الحكام والكنيسة.

وظهر في العصور الوسطى مفكرون مثل " اليسون " و"المسبوري" و"ميكافيللي" حيث أكد هؤلاء أهمية رأي الجمهور، وتداولت المصطلحات الآتية في تلك الفترة: صوت الشعب، صوت الله، رأي الجماهير وغيرها (حامد، 2003، ص69).

وفي العصور الوسطى نطالع تلك العبارة الشائعة والذائعة صوت الشعب من صوت الله، وقد أشار "ميكافيللي" بقوله: "فليس بلا سبب أن نقارن صوت الشعب بصوت الله". وقد وردت هذه العبارة بعد ذلك سواء بتأييد أو بالرفض في كل الحوارات حول أصل الرأي العام وأهميته (حامد، 2003، ص70).

في مستهل العصور الحديثة، كان "ميكافيللي" أول من نبه إلى ضرورة الاهتمام بما أسماه (صوت الشعب) ودوره في توطيد حكم الأمراء. وفي الحقيقة كان مفهوم الرأي العام ثمرة لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية. وبهذا نرى أن ظاهرة الرأي العام ليست وليدة هذا العصر.

ولا شك أن الحروب والنزاعات التي قامت في إنجلترا وأمريكا وفرنسا حول المسائل السياسية والدينية قد ساعدت كثيرا على تداول معاني الرأي السائد.

عرف القرن الخامس عشر اختراع المطبعة لأول مرة من قبل الكاهن الألماني " يوحنا غوتنبيرغ "، حيث ساعدت الطباعة على زيادة حجم الجماهير القارئة، كما ساعدت حركة الإصلاح الديني على الحد من احتكار الكنيسة الكاثوليكية الرومانية بالنسبة لنشر الأفكار الدينية.

وشهد القرن السادس عشر مضاعفة الإنتاج الطباعي على شكل صحف ومطبوعات وكتب.

وفي القرن السابع عشر والثامن عشر ظهر الاحترام لقوة الرأي العام الجماهيري خصوصا في كتابات " باسكال " و " فولتير " و " لوك " و " هيوم " وفي كتابات الكاتب الايرلندي الساخر "وليم شيكسبير" والكاتب "وليم تمبل".

أما منتصف القرن الثامن عشر فقد شهد برزوا لأهمية الرأي العام وجاءت أهم الأفكار والكتابات خلال هذا القرن على يد المفكر الفرنسي "جون جاك روسو" و " جاك نيكير ". وأشاد " روسو " بقوة الرأي العام وأهميته بالنسبة للحكم الاستبدادي، وأعلن اعتماد جميع القوانين سياسية كانت أم مدنية جنائية على الرأي العام. وقد استخدم "روسو" مصطلح الإرادة العامة الذي كان قريبا جدا من مصطلح الرأي العام الحديث (خورشيد، 2012، ص39).

أما الثورة الفرنسية من جانبها فقد شجعت المناقشات الدائرة حول الرأي العام في كل من انجلترا وألمانية والولايات المتحدة الأمريكية، وفي خضم الثورة الفرنسية ظهر المصطلح الحديث وهو الرأي العام، وكان يتكرر بين فلاسفة العصر ورجال السياسة والأدب. والحقيقة أن مفهوم الرأي العام كان ثمرة وتتويجا لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية (إمام، 1985، ص273).

وفي القرن التاسع عشر وبفضل الثورة الصناعية في انجلترا انتقل نشاط الفكر السياسي إلى لندن، حيث سادت أفكار "جيرمي بنتام" وهي نظرية الفلسفة المنفعية المنادية بمنح أكبر قدر ممكن من السعادة للشعب وحلت هذه النظرية محل نظرية القانون الطبيعي الذي ساد في أوروبا في القرن الثامن عشر.

وكما مر سابقا فان مصطلح الرأي العام ظهر في أواخر القرن الثامن عشر نتيجة تمركز عدد كبير من الجماعات الكبيرة ومن السكان في المدن الأوروبية، إضافة إلى التقدم الذي طرأ على شكل الاتصال وخصوصا بعد تطور فن الطباعة وظهور وسائل الاتصال الجماهيري وانتشار ثقافة الديمقراطية وتأكيد أهمية رأي المواطن بالقرارات المصيرية (بدر، 1998، ص46).

وشهدت نهاية القرن التاسع عشر كتابات "جوستاف لوبون" العالم الاجتماعي الذي كان أحد الأوائل الذين أدركوا فكرة (الجمهور) و (التكتل) الشعبي وتأثيرها في العمل السياسي.

ثم جاء القرن العشرون فتوج أدبيات الرأي العام بمزيد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون والسينما قد جعل ذلك القرن بحق قرن الرأي العام. وكان للحرب العالمية الأولى (1914 - 1945) أثر هام في تدعيم الرأي العام (رمزي، 1998، ص ص 41، 42).

3:6: الرأي العام في الحضارة الإسلامية:

عرف العرب قبل الإسلام مفهوم الرأي العام الذي تجلّى في المجالس التي كانت تقيمها مختلف القبائل بما تحمله من أفكار ومعتقدات حول إعطاء الأهمية لرأي الجماعة والأخذ به في العديد من الأمور التي تحكم مصير القبيلة، ومن بين الهيئات القبلية التي جسدت هذا المفهوم "مجلس الملأ" و "مجلس شورى القبيلة" الذي يضم رؤساء الفروع والأسر ومثال على ذلك دار الندوة وهي مقر شيوخ قريش.

ألغى الإسلام دور القبيلة وبعض سلبياتها وأبدلها بما يجمع الأمة الإسلامية وقلل من الفردية واللواءات للجماعات الصغرى كالقبيلة والعشيرة حيث أن الدين الإسلامي يكفل حق الفرد في إبداء رأيه ويعطيه مكانة كبيرة ويجرم التقييد على الحريات. فمبدأ الشورى هو أهم دعائم الحكم في النظام الإسلامي كما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية قوله تعالى: "والذين استجابوا لربهم وأقاموا الصلاة وأمرهم شورى بينهم ومما رزقناهم ينفقون" (سورة الشورى، الآية 38).

ويقول الرسول (صلى الله عليه وسلم): "من أصبح لا يهتم لأمر المسلمين فليس منهم". هذا الحديث الشريف جعل من الانتماء إلى الجماعة يعني المشاركة الفعالة في القضايا التي تهتم المجتمع. وأصبحت الخلافة مظهراً من مظاهر الرأي العام التي قامت على مبدأي الشورى والبيعة. كما أمرت التعاليم الإسلامية بضرورة إبداء الرأي والجهر به والاستقلالية به بما يمكن أن يكون له فاعلية في تسيير أمور المسلمين. وتمثل الشورى النافذة التي يمكن من خلالها الإطالة على الرأي العام، و تؤدي الشورى فاعليتها من خلال مايلي: (مصطفى، 2014، ص 15).

- حماية صانع القرار من الانسياق وراء الرأي السائد دون تمحيص.
- توفير البدائل والفرص لصانع القرار.
- الاستثمار في حالة الاختلاف في التشجيع على التفكير الموضوعي والعقلاني.

• . تمكن الشورى من توسيع النقاش ومعرفة كل الآراء حول الموضوع محل الخلاف.

7:3: الرأي العام في العصر الحديث:

بدا جليا الاهتمام بالرأي العام منذ نهاية عصر الظلمات في أوروبا وبداية عصر التنوير حيث أبدى العديد من الفلاسفة والمفكرين اهتمامهم بمفهوم الرأي العام على اختلاف المصطلحات المستعملة لتحديده، ومن هؤلاء المفكرين نجد "ميكافلي" الذي كان من الأوائل الذين أشاروا إلى المفهوم "ضمنيا" من خلال ما وصفه بصوت الشعب واتجاهاته، واستخدم "مونتيسكيو" مصطلح "العقل العام" الذي يقابله عند "جون جاك روسو" مصطلح الإرادة العامة في كتابه "العقد الاجتماعي".

وأكد هوبز على أن الرأي العام ضروري لعملية الالتزام بالعقد الاجتماعي. أما لوك اعتقد أن الرأي العام هو المعيار الشرعي الذي يمكن من قياس أداء الحكومة، بالإضافة إلى بعض المفكرين الذين قدموا مفاهيم تداخلت إلى حد كبير مع مفهوم الرأي العام حيث نجد دوركهيم أشار إلى مفهوم "التضامن الاجتماعي"، وماركس إلى مفهوم "الوعي الاجتماعي".

إلا أن الثورة الفرنسية استطاعت أن توسع النقاش حول دور الرأي العام وأهميته خاصة في ألمانيا وإنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية التي تجسد اهتمامها بالرأي العام عند واضعي دستور 1787، وأكد "ويلند" على أن الحكومات لا تستطيع أن تستمر في حكمها دون الاعتراف بأهمية الرأي العام، ووصف جيرمي بينتام الرأي العام على أنه أداة للضبط الاجتماعي (الدعمي، 1986، ص31). مع تلاشي دور الحاجز المكاني والزمني بين الشعوب المختلفة ما أدى بالفعل إلى تجانس هذه المجتمعات فكرا وفهما من خلال التمكين للأفراد من مختلف المجتمعات من التفاعل مع بعضهم البعض وأصبح العالم قرية صغيرة على حد تعبير ماك لوهان.

وبدأت الدراسات الحديثة المهمة بالرأي العام منها الرأي العام والحكومات الشعبية لمؤلفه "Lowerence Lowell" الذي نشر عام 1913 بالإضافة إلى المؤلف الذي قدمه ليمان عن الرأي العام سنة 1922 (عبد الحلیم، 2013، ص43).

ظاهرة الرأي العام في القرن العشرين نالت اهتمام الباحثين وخصوصا علماء الاجتماع، واهتمام معاهد الصحافة بتدريس الرأي العام. أما الحربين الأولى والثانية فقد ساهمتا بإنكفاء الاهتمام بالرأي العام.

كما شاهدت فترة القرن العشرين حدثا عالميا مهما هو الثورة البلشفية عام 1917م، وقيام الاتحاد السوفياتي فكثر الاهتمام ببحوث الرأي العام ومحاولات قياسه. ومن علماء هذه الحقبة التاريخية " ثورستن" و"ألبرت" وعلماء النفس والاجتماع والتاريخ والاقتصاد مثل " فرويد" و "بافلوف" و"جون ديوي".

إن الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي (الرأسمالي) والشرقي (الشيوعي) قد أضفت أبعادا جديدة على بحوث الرأي العام وعلى الدور الذي يؤديه قادة الرأي ووسائل الإعلام في هذا المجال (الجوهري، 1983، ص ص 42،43).

رابعا: العوامل التي أدت إلى الاهتمام بدراسة الرأي العام في العصر الحديث:

أ_ زيادة عدد السكان: أدى هذا إلى زيادة الاهتمام بأراء الناس في عصر انتشرت فيه الديمقراطية وحرية التعبير.

ب_ نمو وانتشار التعليم وانحسار الأمية: أدى هذا إلى نمو طبقة الصفوة المتعلمة في المجتمع وهؤلاء يرغبون بالتغيير وتبديل الواقع.

ج_ تطور وسائل الاتصال: أدى هذا إلى زيادة الاهتمام بالرأي العام خاصة والتطورات التكنولوجية التي حدثت بعد الحرب العالمية الثانية قد وحدت بين الناس في العالم وزادت بذلك قدرة القائمين على وسائل الاتصال في تشكيل آراء الناس وتطويع اتجاهاتهم.

د_ الاعتراف بدور الرأي العام في المجتمعات السياسية والاجتماعية: الأمر الذي أدى إلى استمالة الرأي العام المحلي أو الدولي وجعله ينعاز إلى طرف معين نظرا لازدياد أهمية الرأي العام في تحقيق البرامج السياسية والاقتصادية والعسكرية أو حتى تعطيلها.

هـ_ زيادة ارتباط الرأي العام بالسياسة العامة: وهذا الارتباط يكون واضحا أثناء الحروب والأزمات الكبيرة (الجوهري، 2011، ص 44).

المحاضرة الثانية: الرأي العام: الأهمية والخصائص

سنعرض من خلال هذه المحاضرة إلى الحديث عن الرأي العام، وعن أهميته وأهم خصائصه.

مقدمة:

في الكثير من الحالات يعتبر الرأي العام مقياس لقوة الدولة، فالمكانة التي حضي بها الرأي العام عبر الأزمنة المختلفة في أوقات السلم والحرب جعلت منه عنصرا أساسيا في بناء وإرساء قواعد الحكم في الأنظمة السياسية على اختلاف أنماطها وذلك لأهميته البالغة في وضع قواعد الاستقرار الاجتماعي، وبعض الأنظمة تسعى إلى إضعافه لما يشكله من خطورة على بقائها.

يمكننا فهم هذه الظاهرة من خلال الطلب المتزايد في المجتمعات الغربية التي تتمسك بمخرجات العملية الديمقراطية على دور الرأي العام من أجل حماية الحياة السياسية والاجتماعية من الاضطرابات وتأسيس أسباب الاستقرار، حيث يصبح الرأي العام في عرف هذه الأنظمة قوة توازن ضرورية في حياة المجتمع بوصفه مجالا عموميا ولا يمكن اعتباره مصدر إزعاج لاستقرارها (Ginxberg, 2001,p184).

أولا: أهمية الرأي العام:

يمكن تلخيص أهمية الرأي العام في النقاط التالية: (بركات، 2012، ص56)

- ✓ إن الرأي العام قوة يجب الاهتمام بها لممارس الخدمة الاجتماعية لأن له أثره الفعال في توجيه المجتمع وتنفيذ المشروعات على اختلاف أنواعها وبالتالي فعلينا الحصول على ثقة الرأي العام.
- ✓ يستعان بالدراسات عن اتجاهات الرأي العام في كثير من المسائل الحيوية الهامة قبل أن تصدر الدولة التشريعات أو القوانين المحددة لمسار السياسات العامة لها.
- ✓ لا يمكن تجاهل الرأي العام في أي مجتمع لأن الجماهير لها قدرة قوية على تشكيل السياسة المجتمعية.
- ✓ أن قوة الرأي العام ورقيه في المجتمع دليل على احترام الحقوق العامة لأفراده.
- ✓ يعتبر الرأي العام هو صاحب المصلحة الحقيقية في جهود مهنة الخدمة الاجتماعية وبالتالي فان تأثير المهنة في المجتمع يستشعر بها الرأي العام.

✓ يؤثر الرأي العام على المشروعات المجتمعية بمداومة مطالبته بالتركيز على الجانب الاجتماعي في المشروعات الاقتصادية، ومهنة الخدمة الاجتماعية لها دور أساسي في تحقيق ذلك.

ويبقى الرأي العام أحد أهم العوامل المهمة، بل والمشاركة في عملية صنع القرار في المجتمعات الحديثة، وقد بدأت تتبلور قوة وأهمية الرأي العام بدءاً من النصف الأول من القرن التاسع عشر، ولم يستطع أي مؤرخ أو باحث أن يتجاهل وجود قوة سياسية واجتماعية تدعى الرأي العام (مصطفى، 2014، ص30).

كما يمكن حصر أهمية الرأي العام في النقاط التالية (الجبور، 2010، ص19):

- أ- علاقة الرأي العام بعملية صنع القرار سواء على مستوى السياسة الداخلية أو الخارجية.
- ب- الرأي العام واحد بين أهم مقومات جماعات الضغط في المجتمعات ذات النظم السياسية الليبرالية.
- ت- يُعد الرأي العام من بين أهم مصادر شرعية السلطة بحالة من تأثير قوي في القرار الانتخابي الجماعي والفردى.

تقرض ديناميكية الرأي العام وتغيره المستمر على صانعي السياسات ومتخذي القرارات سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، وسواء على المستوى القومي أو القطاعي أو الجزائي، والمركزي أو المحلي، قياس الرأي العام تجاه القضايا المختلفة قياساً علمياً دقيقاً وبشكل دائم ومستمر، وذلك بهدف معرفة الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي، ودراسة مشكلاته الملحة، وتقييم ما تم، والتوصل إلى الصورة الصحيحة عما لدى الجمهور من معلومات وآراء واتجاهات (محمد حسين، 1996، ص91).

كما تكمن أهمية قياس الرأي العام في كونه أحد قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وهو أحد القنوات المهمة في استشرف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية أو مسائل مستجدة تستلزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع القرار على مائدة المسؤول من خلال رؤية تقدمها تلك الاستطلاعات، خاصة إذا ما كانت استطلاعات تقوم عليها مراكز مهنية ومحترفة ومستقلة (خورشيد، 2012، ص214).

يعتبر الرأي العام قوة تنظيمية عند تجميع المصالح المشتركة ويكون أكثر فاعلية عند ارتباطه بقيادات واعية توجهه لتحقيق أهداف نبيلة، ولعل أن أهم حدث ساهم وبشكل بارز في التأكيد على أهمية الرأي العام وعلاقته بالظاهرة السياسية هو ما جاءت به الثورة الفرنسية من معطيات في الأدوار جديدة للمفهوم من خلال مايلي: (سميسم، 1989، ص123)

- في الفترات السابقة للثورة الفرنسية ظل الرأي العام يستند إلى الرأي الفردي في الحكم السياسي وهو ما يقترب من ظاهرة قائد الرأي العام، إلا أن هذه الثورة أعطت بعدا آخر هو دور التنظيمات السياسية والاجتماعية في صناعة الرأي والتيارات الإيديولوجية التي ظهرت في تلك الفترة دليل واضح على ذلك، بمعنى أن الرأي العام أصبح رأي تجمعات يخضع لتأثيراتها.

- أصبح الرأي العام يشكل تعبيرا عن الممارسة الجماهيرية مما أدى إلى انتقال الظاهرة السياسية إلى ظاهرة جماهيرية وانتقال صناعة وقيادة الرأي العام من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي.

- إمكانية فصل الرأي العام عن عنصر الشرعية والولاء للدولة.

إن أهمية وقوة الرأي العام في المجتمعات الحديثة والديناميكية التي فرضها في الواقع جعلت من ضرورة الاهتمام به واللجوء إلى أساليب قياسه امرأ ضروريا تجاه مختلف القضايا بشكل علمي ومستمر للوصول إلى وجهات النظر حول القضايا الحساسة مما يمكن من صناعة القرارات.

وللأهمية المتزايدة للرأي العام على مستوى صناعة القرار على مختلف المستويات أصبح ضرورة ملحة في مختلف نواحي الحياة خاصة بالنسبة لرجال السياسة الذين يعودون إليه في كل مناسبة لاستمالاته وإضفاء الشرعية على سلطتهم عن طريق الاستفتاء أو العملية الانتخابية حيث ينظر إليه على أنه صاحب السيادة، هذا بالنسبة للأنظمة الديمقراطية أما في الأنظمة الشمولية فإن الرأي العام يبقى دائما محل ريبة وحذر.

أما من الناحية الاقتصادية فهو ذو أهمية لا يستهان بها في مجال التسويق، حيث يعتمد عليه في دراسة السوق للحصول على حجم أكبر لها في توزيع المنتجات وذلك بالتركيز على احتياجات ورغبات الأفراد ودراسة ميولاتهم نحو المنتجات وهو ما يعرف بدراسة السوق.

ثانيا: خصائص الرأي العام وسلوكه:

إن أهم ما يميز الرأي العام هو مجموعة من الخصائص التي من شأنها أن تحكم جوهره:

1- إن الرأي العام عمل من أعمال الإرادة وعلى هذا الأساس فإن الموقف إزاء الكوارث الطبيعية لا يمكن أن يسمى رأيا.

2- يتميز الرأي العام بارتباطه بالوعي. إن الرأي العام يوجد عندما تطرح أمام شخص أو أمام أعضاء الجماعة قضايا فتتجاوز بتأثيرها نطاق العواطف لتدخل نطاق الوعي وهذا التجاوز هو الذي يتيح فرصة ضمان ثبات الرأي ووضوحه.

3- يرتبط الرأي العام بالاتجاهات والمرجعيات النشطة للمجتمع وللأفراد التي قد يتكون منها وتصبح له أدوات تشكيل وبناء تراكمي بحسب استشاراتها من قبل وسائل الإعلام والدعاية (حجيم الطائي، 2016، ص24).

لقد حاول الكثير من المفكرين والباحثين، وضع خصائص شاملة للرأي العام، ومن هؤلاء "كانتريل" الذي وضع ما يسميه هو بقوانين شاملة تصف الرأي العام. ويمكن أن نناقش بعض خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور خلال عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية بالمجتمع، وهي كما يلي: (Miller, 1995,p28)

• **عدم الثبات والتقلب:** يعتبر الرأي العام ظاهرة متغيرة، وتمثل الانتقال من حال إلى حال. فالناس عادة لا يثبتون على حال واحدة. هم يحبون الصيف حيناً، وهم يكرهونه بعد وقت يقصر أو يطول. وهم يتحمسون لمهنتهم أو ما يقومون به من عمل حيناً، وهم يضيقون بمهنتهم وعملهم ويسعون لتغييره حيناً آخر.

ف نجد أن بعض الآراء اعتماداً على القيم الاجتماعية والسياسية الراسخة أو اعتماداً على المعتقدات الدينية السائدة، تظل ثابتة أو تكون ذات تغير بطيء جداً يكون من المحتمل عدم تغييره، ومن جانب آخر نجد أن بعض الآراء تكون مرنة جداً لدرجة أنها يمكن أن تتغير بمجرد أن يمر الليل فقط (بدر، 1998، ص ص 86،87).

ويمكن أن تكون الأفعال متقلبة وغير ثابتة " في الظاهر " ولكنها تكون مستقرة داخل إطار واسع من الاتجاهات الداخلية للفرد. فالشخص الذي لا يثق في الجماهير ولكنه يؤيد " الديمقراطية " يمكن أن يكون مستقرا أو ثابتا من وجهة نظره، فهو كناقذ اجتماعي، مقتنع بأن الناس لهم أخطاؤهم، ولكن النظام الذي يأخذ في اعتباره أخطاء الجماهير يعتبر نظاما أفضل من نظام بديل لا يأخذ الجماهير في الاعتبار (ممو، 2022، ص78).

على المستوى السياسي فإن الرأي العام يكون أكثر تمثيلا لما يدور في عملية تشكيل الرأي العام من تأثيرات، فعن طريق قياس الرأي العام نلاحظ أنه يتغير في تأييده لحاكم في مدة معينة، لكنه سرعان ما ينقلب عليه في موقف آخر تبعا لظروف تكون فاعلة مؤثرة في وقتها (الشيرازي، 2006، ص109).

● **الشدّة:** وتتعلق بمدى عمق إحساسك بشيء ما، فمن الممكن أن تكون لدينا آراء بشأن العديد من القضايا، ولكن لدينا إحساس قوي أو شديد جدا بشأن القليل فقط، فعلى سبيل المثال نجد بعض الناس يعارضون الإجهاض بشدة، بينما نجد آخرين يؤيدونه بشدة، وذلك بعيدا عن الظروف المحيطة بالحدث (عليوة، 1978، ص49).

وقد نالت قوة الرأي العام أو شدته معظم اهتمام البحث التجريبي، ويمكن تقدير شدة الرأي العام بعدة طرق يتضمن أحد الإجراءات خطوتين: أولا، يلتمس رأي فرد ما (سواء أكان معه أو ضده). أما الإجراء الأكثر شيوعا فهو إجراءات ذات خطوة واحدة يُسأل الباحثون أن يعبروا عن آرائهم على مقياس ذي خمس أو سبع نقاط تتراوح مع "أوافق بشدة" إلى "أعارض بشدة" ويعتبر هذا المقياس مفيدا جدا للباحثين لتحليل الرأي (Price, 1992, p65).

● **التبرير:** يعني التبرير تقديم مبررات معينة ترتبط بقناعات يتبناها الفرد، وتبرر السلوك الذي ينتهجه، وبعضها تقدم من قبل القادة السياسيين والحكام، وبعضها يقدم من قبل الجماعات العرقية والدينية والأثنية، وليس بالضرورة أن تكون هذه المبررات مقنعة (الدعمي، 1986، ص4).

التبرير بمعناه الواسع يتضمن تعليل السلوك بأسباب منطقية يتقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية انفعالية. وإذا كان التبرير يحدث بالنسبة للفرد فهو يحدث كذلك بالنسبة للرأي العام.

هناك التبرير الذي يعود تقليديا إلى الثقافة والعادات المتوارثة، والتي تنتقل من جيل إلى جيل أثناء عملية الإدماج السياسي والاجتماعي كما هو الحال بالنسبة للتعصب العنصري.

وهناك التبرير الذي يقوم به الزعماء ورجال الدعاية وذلك لدفع الناس إلى المشاركة الإيجابية في أعمال لا يرغب إلا القليل منهم في القيام بها، وعلى سبيل المثال يقوم الساسة ورجال الدعاية بتعليل وتبرير الدخول في الحرب وبيان أسباب ذلك. وهناك تبريرات تظهر تلقائيا بين الناس دون خلفية مسبقة كالثقافة والعادات الموروثة أو تأثير الزعامة والدعاية (محمد حسن، 1978، ص68).

• **الإبدال:** عندما يعتري الجمهور نوع من القلق لسبب معين، ولكنه لا يستطيع توجيه غضبه نحو السبب الأصيل فإنه يلجأ إلى التظاهر أو الإضراب أو تحطيم ما يقابله من وسائل مواصلات أو منافع عامة ليخفف من هذا القلق الذي يعتريه، فهذا نوع من الإبدال.

كما يقوم المجتمع بإمداد أعضائه الذين يعانون من مختلف ألوان القلق أو الفشل بأهداف أخرى بديلة تخفف عنهم هذا القلق أو الفشل. ومن بين الأهداف المقبولة في هذه الحالة تركيز الكراهية أو أسباب الفشل في جماعة أخرى تكون لها أخطاء معينة أو تركب عليها هذه الأخطاء وبالتالي فإن هذه الجماعة تخدم كضحية فدائية تتحمل خطايا الآخرين خاصة إذا لم يكن لهذه الجماعة المحبة والتعاطف من قبل الرأي العام.

• **التعويض:** عندما يتعرض الجمهور لنوع من الأزمات التي لا يستطيع حلها فإنه يلجأ عادة إلى ممارسة نوع آخر من النشاط التعويضي كشراب الخمر أو القمار أو غير ذلك.

وعندما تكون الدولة صغيرة وحظها من التقدم محدودا وأحلامها أكبر من قدرتها فإنها تلجأ على لسان قادتها إلى تعويض هذا النقص الجغرافي أو الحضاري بإبراز صفات أخرى كالثروة أو التاريخ باعتباره أمجد تاريخ وأقدمه مثلا (بدر، 1998، ص ص 87،88).

• **الإسقاط:** هو تفسير أعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا، فالشخص الذي يشعر ببعض العيوب يسقطها على غيره وينسبها إليه. وكثيرا ما يحاول الزعماء في مجتمع معين أن يشجعوا عملية الإسقاط هذه، فعندما يتردد شخص معين في تأييد الزعيم السياسي مثلا، فإن الزعيم السياسي يحاول إقناعه بأن الذين أعطوه أصواتهم هم مثله تماما لهم نفس الأهداف وهم أناس بسطاء أيضا وبالتالي سيفعل هذا المواطن ما فعله أمثاله ويصوت لهذا الزعيم السياسي.

• **التقمص أو التمثيل:** التقمص يعني التشابه، ويلجأ بعض السياسيين إلى إثارة مفاهيم مزيفة كأن الذي ينتخبهم هو شبيهم تماما، وأن الذي ينتخب خصومهم هو مثلهم، فهم بهذه الطريقة

يحاولون إسقاط صفاتهم السيئة على الآخرين، ونسب الصفات الجيدة إليهم، ويمكن القول أن التقمص هو عكس الإسقاط (الدعوي، 1986، ص34).

التقمص هو عكس الإسقاط، وان الشكل المبكر لعملية التقمص هو ذلك الذي يحدث بين الطفل وأبويه ثم بينه وبين من يكبره سنا، ثم يبدأ الفرد تدريجيا في أن يتعلم أن يتمثل مع أناس أكبر عددا كلما ازداد نضجا، وربما يتمثل البطل أو القائد أو الزعيم نفسه ممارسا لنفس الأحاسيس والمشاعر التي يحس بها جميع أفراد الشعب. والتقمص يكون أحيانا طريقة من طرق التفاهم بين الأفراد في المجتمع، فكل شخص يتقمص شخصية المجتمع الذي ينتسب إليه وحصيلة هذا كله هي مزيد من التنشئة الاجتماعية والسياسية في المجتمع.

• **التطابق أو الاتفاق:** وهي ميل الفرد إلى الاتفاق مع رأي المجتمع، ويعتمد كثير من رجال الإعلان والدعاية على هذه الخاصية فيذيعون بأن هذا النوع من الصابون مثلا تستعمله جميع الأوساط الراقية أو أغلبية أفراد المجتمع.

وعلى الرغم من عدم وضوح الرؤية بالنسبة لكثير من جوانب موضوع التطابق أو الاتفاق فما يؤكد بعض الباحثين، هو أن الشخص الذي يوصف بأنه صعب المراس أي الذي يصعب إقناعه أو الشخص شديد التطرف بالنسبة لعدم تطابقه واتفاقه مع مجتمعه فهو كثير العداء لاتجاهات الرأي العام نظرا لاضطرابات في شخصيته.

• **التبسيط:** إن رغبة الجمهور الشديدة في الوقوف على تبريرات مفهومة وبسيطة ونهائية للقضايا والمسائل العامة التي تثار في المجتمع تدلنا إلى حد كبير على السبب الذي يجعل الناس مستعدين لتقبل التبسيط الذي يقدمه لهم شخص آخر، وخصوصا عندما يأتي هذا التفسير المبسط من مصدر موثوق به. (حامد، 2010، ص ص 89،90)

يتم التعامل مع البروز والأهمية على أساس أنهما شيئان متبادلان بالرغم من أنهما قد يكونان متميزين من ناحية المفهوم. فيعتبر رأي ما بارزا عندما يكون في بؤرة الانتباه، ويعتبر هاما عندما يكون موضع اهتمام، ربما تكون الخاصتان مرتبطتين عرضيا، فكلما أعطى وقت طويل للتفكير في شيء ما بدا أكثر أهمية، وعلى العكس، فقد تشغل الأشياء التي حكم عليها بأنها هامة حيزا كبيرا من انتباه الفرد (مجاهد، 2007، ص45).

• **التيقن:** ربما يكون التيقن الذي يتعلق به رأي ما هو أقل ما أهتم به تجريبيا، ونعني بالتيقن هذا مدى ثقة الفرد من أن رأيه على صواب. ويمكن تقدير هذا البعد بعدد من الطرق، مثل السؤال عن مدى تأكيد الشخص من وجهة نظره، أو إلى مدى يعتقد أن رأيه يحتمل أن يتغير في المستقبل. ويمكن الافتراض أن التيقن يكون ذا صلة بكم المعلومات المؤيدة لرأي ما، هذا ما إن كانت ثقة المرء في هذه المعتقدات ستكون ذات أهمية حاسمة (عبدلي، 1997، ص65).

• **نكران الذات:** بعد تكوين الرأي العام نلاحظ أن ليس هناك مرجعية إلى شخص معين بل إلى جماعة أشخاص يكون الرأي هو العامل المشترك فيما بينهم. فالشخص الذي ينتمي إلى جماعة عبرت عن رأيها ينكر ذاته، ويتقمص الشخصية الجماعية. فالمصلحة العامة هي التي تتحكم في الرأي العام ولا وجود للمصلحة الشخصية أو الفردية، رغم أن هناك أشخاص لهم حسابات وأهداف تجعلهم يلقون بتقلهم للدفاع عن موقف يخدم مصلحتهم (عبد المنعم، 2000، ص24).

• **وحدة الفكر:** إن وحدة الفكر تعني توجيه الفكر في اتجاه واحد رغم تباين الأشخاص المكونين للرأي العام، فالمتقف والعامل والبورجوازي يدافعون عن نفس الرأي رغم وجود تباين في تحليلهم ومصالحهم الطبقية.

• **اندثار الخوف:** نلاحظ سهولة في التعبير عن الرأي العام بحيث تكون الجماعة هي التي تتحدث وليس الفرد الواحد، ومن هنا يندثر الخوف ولو في ظروف لا ديمقراطية وقمعية.

يمكن القول بأن رأي الجماعة له وزن كبير مقارنة مع رأي الفرد، لأن الرأي العام يعتبر رأيا بدون مصدر. قد يقال بأن الأحزاب السياسية والنقابات تعبر عن رأي الجماعة وأنها مصدر الدعوة إلى كيفية التعبير عنه، ولكن هذا الرأي يعنى أن هناك رأي عام فرض هذه التنظيمات.

• **أحادية الرأي:** الصراع الفكري الذي يعتبر أساس تكوين الرأي العام يؤدي إلى بروز رأي ذي مصداقية من رأي شخصي يستند فقط إلى رؤية أحادية. بهذا يكون للرأي العام سند هام هو أنه خلاصة لنقاش أفراد مختلفين في الرأي، في المهن، في الثقافة وفي الانتماء السياسي(ريحي، 2014، ص ص 24،25).

• **نوعية الرأي العام:** ليس بالضرورة أن يكون الرأي العام همجيا ومرتكزا على العنف بل أنه يكون في غالب الأحيان سلميا إذا كان المجال مفتوحا للرأي والرأي المضاد في المجتمع. هذه الخاصية

تطبق في المجتمعات الديمقراطية التي تأخذ بعين الاعتبار الرأي العام، وتغيب عن المجتمعات
الديكتاتورية التي تقلص من الحريات العامة.

الديمقراطية ليست هي السبب الوحيد لمنع العنف في السلوك العام، بل هناك أسباب أخرى منها انخفاض
نسبة الأمية في المجتمع (عبد المنعم، 2000، ص ص 25، 26).

المحاضرة الثالثة: تشكيل الرأي العام:

العوامل والمراحل

سنحاول من خلال المحاضرة الثالثة إبراز أهم العوامل التي أدت إلى تشكيل الرأي العام مع ذكر بعض الفروقات التي سجلها علماء الاجتماع والإعلام في ما بين هذه العوامل، ثم نتطرق في الجزء الثاني من محاضرتنا إلى العوامل التي ساهمت في تشكيل الرأي العام.

مقدمة:

يواجه الإنسان منذ نشأته مجموعة من المؤثرات التي تشكل أنماطاً مختلفة من التفاعل السلوكي كالتعاون، الصراع، السيطرة، التنافس، وبما أن الرأي العام يمثل غالبية آراء الجماعة داخل المجتمع فمن الواضح أنه يتأثر بجملة من العوامل المتفاعلة والمتصلة فيما بينها نتيجة لتواجد الأفراد في جماعة ما كالعادات والتقاليد، التربية والتعليم، الدين، النظام السياسي، المناخ الاقتصادي والاجتماعي السائدين، وسائل الاتصال... والتي تمثل مختلف التأثيرات التي تساهم كل على حدى في تشكيل الرأي العام.

يؤكد الباحثون والخبراء أن العناصر والعوامل التي تسهم في تكوين الرأي وتشكيل الرأي العام كثيرة ومتشابهة ومتفاعلة مع بعضها لا يمكن فصلها عن بعض ولا عن البيئة التي تنشأ فيها.

أولاً: عوامل تشكيل الرأي العام:

إن عملية تكوين الرأي العام من العمليات المعقدة التي تمتد بجذورها في مجالات مختلفة، ويتكون الرأي العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل الفسيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية المتداخلة بحيث يمارس كل منها أثره في تكوين الرأي العام، وهذه العوامل هي:

➤ **الجماعة الأولية:** وتختلف فيما بينها من حيث درجة ودقة التنظيم والحجم ومجال النشاط، والخاصية المشتركة لأعضائها هي التصور المشترك بالوحدة والشعور بالانتماء إلى التنظيم ودرجة الإخلاص له، أي تشترك في المصالح والاهتمامات وتلعب دوراً حيوياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام (عبد الحليم، 2013، ص ص 78، 79).

والجماعة وحدة اجتماعية تقوم على علاقات تتحدد فيها الأدوار للأفراد تعتمد على صور التفاعل من جهة والعلاقة الدائمة القائمة على الاتصال المباشر من جهة ثانية مع وجود إحساس مستمر بالانتماء والتجاوب النفسي مع هذه الجماعة دون غيرها (ماجدة، 2003، ص135).

➤ **العوامل الفسيولوجية والوظيفية:** ترى بعض البحوث أن هناك سمات جسمية تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره، فالمريض تكون أفكاره عليية، وقد تكون نظرتة للحياة متشائمة، كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى، مثل خصائص الجمجمة التي عني علماء الجريمة بدراستها، وقد اتضح أن الغدد الصماء وما تفرزه من هورمونات تؤثر تأثيرا مباشرا على الفرد، فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية مثلا يصبح الفرد متوترا وقليل الاستقرار وسريع الغضب(حجيم الطائي، 2014، ص43).

➤ **العوامل النفسية:** هناك عوامل نفسية تؤثر في تصرفات الفرد وفي سلوكه، فقد يكون الإنسان متصفا بالحب لأن غريزة الخوف قوية لديه، وتلعب الأهواء دورا بالغ الأهمية في بلورة الرأي العام، وذلك حسب الظروف السائدة. ففي ظروف الحرب مثلا يتقبل الناس آراء ويعتقدون في صحتها وأهميتها، بينما يشكون فيها في وقت السلم، أي الظروف العادية. وحتى في الأحوال العادية يتأثر الرأي العام بأفكار لا شعورية دون أن يعرف الناس. فاللاشعور يؤثر في توجيه أفكارنا وآرائنا، وذلك تبعا لخبراتنا السابقة، وما مر بنا من انفعالات وصددمات(محمد حاسم، 2022، ص73).

➤ **العوامل الثقافية:** إن العناصر الثقافية تؤثر تأثيرا فعلا في اتجاهات الأفراد وبالتالي تكوينهم لآرائهم لما بين الاتجاه والرأي من صلات وثيقة، يرى البعض أن 90 بالمائة من سلوك الفرد في المجتمع العادي إنما يتقرر بما تفرضه النظم والقواعد التي بدأ في تعلمها منذ ولادته وأن وراء الصراع والخلاف في الرأي بين الأفراد والجماعات أساس من التكوين الثقافي للمجتمع.

إن هذا الميراث الثقافي يؤثر في شخصية الأفراد في دوافعهم وحاجاتهم وبالتالي في إدراكهم للمشكلات المثارة ويلون لهم الحقائق المتعلقة بها، ويحدد ردود أفعالهم بالنسبة لها وكيفية تبنيهم وجهة النظر بشأنها (رشاد، 1984، ص58).

ومن هنا نجد أن البعض يرى أن معرفة تلك العوامل الثقافية في أي مجتمع يُمكننا من تحديد نوعية الآراء التي يمكن أن تنتشر أو لا تنتشر في مجتمع معين، وكذلك تحديد ردود الأفعال المتوقعة من قبل أعضاء

المجتمع اتجاه الأحداث المختلفة، ويعرف قياس ذلك بما يسمى بدراسة الثقافة السياسية السائدة في المجتمع (حجيم الطائي، 2016، ص44).

➤ **القيم الاجتماعية:** تعتبر القيم الاجتماعية أحد العناصر الأساسية في تشكيل ثقافة أي مجتمع، وتؤثر تلك القيم في رأي الأفراد في العديد من النواحي، فهي تحدد للفرد ما هو مرغوب فيه وما هو خلاف ذلك من أنماط السلوك والرأي، أيضا قدرة الفرد على التصرف بحرية أو قبول الضغوط عليه، ويمكن أن نلاحظ أن القيم الموجودة لدى الشباب تختلف مع القيم لدى آبائهم وأجدادهم من وجود انبهار بالثقافة الغربية وقيم الحضارة الغربية، وهو ما يتعارض مع قيم القومية التي تربي ونشأ عليها الآباء والأجداد (جمال، السيد، 2010، ص45).

➤ **الدين:** تلعب الأديان أدوارا مؤثرة وهامة في حياة الأمم والجماعات على اختلاف معتقداتها وأديانها ويُعد الدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل وقد اهتم الدين الإسلامي بالرأي العام ونشطت الدعوة الإسلامية لكسب الرأي العام نحو الإسلام في ربوع الأرض، ويعتبر الدين عنصرا أساسيا في تكوين الرأي العام ويشكل مصدرا من مصادره (خورشيد، 2012، ص126).

تعتبر المعتقدات الدينية من أهم العناصر التي تشكل الرأي العام لدى الأفراد، وهو ما يجعل الدين وسيلة لدى أصحاب المصالح للتأثير على الإرادة العامة للجماعة بما يخدم مصالح هؤلاء ونجد ذلك أكثر وضوحا في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية (حجيم الطائي، 2016، ص47).

➤ **العادات والتقاليد والأعراف:** وهي الأفعال والممارسات التي تترتب تدريجيا ويقوم الأفراد باستخدامها لتنظيم أحوالهم ولتحقيق غاياتهم التي يسعون إليها، ونتيجة لتكرارها تتحول إلى عادات تترسخ داخل مجتمعاتهم، وتعتبر تلك العادات أحد أهم محددات العامل الثقافي في كل بيئة اجتماعية، وتستمد التقاليد قوتها من قوة الرأي الجمعي في الجماعة التي يُعاقب من يخرج عليها (قنصوة، 1998، د ص).

تتميز الشعوب باحترامها للعادات والتقاليد وتتعلق بها وغالبا ما تكون عصية على التغيير وتتقبلها الشعوب بشرها وخيرها على أساس أنها حقائق وبديهيات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي، ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام.

ولهذه العادات تأثير كبير على تكوين الرأي العام لأن الجمهور في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات عندما يكون رأيه عن موضوع ما (عاقل، 1989، ص125).

➤ **التربية والتعليم:** يعتبر التعليم مدخلا طبيعيا لإنجاح التغيير في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية (محمد الدايش، 1989، ص70)، كما يساهم في الانفتاح على العالم وإزالة الهوة بين المجتمعات من خلال التجديد المعرفي وتهيئة سبل التفكير الموضوعي بما يمكن أن يساهم في عملية الانتقال من مجتمعات تقليدية إلى مستوى أكثر تحضر، والانتشار الإجباري للتعليم في الكثير من المجتمعات ساعد إلى حد بعيد الفئات المتعلمة على المشاركة في الحياة العامة من خلال زيادة متطلباتهم واحتياجاتهم التي تعمل في الوقت نفسه على تطوير أساليب التعبير عن الآراء التي تنعكس على الرأي العام الذي يصبح فعالا وذو تأثير كبير (طلعت، 1991، ص69).

إن مؤسسات التعليم تُعد من وسائل نقل المعرفة والتراث والخبرة وتكوين المواطن الصالح كما أن الخبرات والمفاهيم والتقاليد والقيم التي تعمل التربية على ترسيخها تؤثر تأثيرا كبيرا في تكوين الرأي العام. وتساهم المؤسسات التعليمية في تكوين الرأي العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه وقوته حيث تؤثر في سلوك الأفراد وأرائهم واتجاهاتهم ومن المؤكد أن تأتي المدرسة بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ (عمر، 1981، ص76).

➤ **الإعلام والدعاية:** الإعلام هو العمليات التي يترتب عليها نشر معلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة واحترام عقول الجماهير وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره.

أما الدعاية فهي العمليات التي تحاول التأثير على عواطف الجمهور ورغباتهم بهدف تكوين رأي عام عن طريق التأثير في الدوافع والانفعالات ومفاجأة الجمهور بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة. والدعاية هي تلك العمليات التي تحاول تكوين رأي عام عن طريق التأثير في شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالأخبار والتهويل فيها.

تعتبر الدعاية إحدى صور التغيير في السلوك السياسي وبالتالي فقد ارتبطت بظاهرة الرأي العام، ويمكن أن تُعرف الدعاية على أنها: "فن تكتل القوى العاطفية والمصالح الفردية بقصد خلق حالة من التشتت الذهني الذي يسمح بتسهيل عملية الاقتناع بفكرة أو مبدأ ما". وتعتمد الدعاية في تغيير السلوك على عدة أساليب منها أسلوب التكرار والملاحظة (التهامي، 2005، ص75)، أيضا هناك أسلوب الإثارة العاطفية،

وتعتمد الدعاية في ذلك على إثارة الحقد والتشهير وتشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق، وهو ما يتم العمل به خلال الانتخابات من تشويه لصور بعض المرشحين واتهامهم بمختلف التهم (حجيم الطائي، 2016، ص48).

ومن هنا فان كلا من الإعلام والدعاية يُعدان قوة ايجابية فعالة لها تأثيرها الناجح في تكوين الرأي العام. أما الشائعات فهي الأحداث والأقوال والأخبار والروايات التي يتبادلها الناس دون الثبوت من صحتها أو التحقق من صدقها. ويميل كثير من الناس إلى تصديق ما يسمعون ثم يأخذون في ترديده ونقله وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة.

➤ **العوامل الاجتماعية:** أثبتت الدراسات أن الفرد في الجماعة يميل إلى التعبير عن رأيه الخاص ولكن في إطار الرأي العام السائد، وبالتالي فأراء الأفراد تتأثر بالجماعات التي ينتمون إليها والجماعات المرجعية كما تمثل الجماعة ضغطا معنويا على الفرد، وبما أن الرأي العام هو نتاج تفاعل الأفراد داخل المجتمع فهذا التفاعل يكون معبرا عن القواسم المشتركة بين الأفراد، وكلما زادت تلك القواسم زاد تماسك الرأي العام والعكس صحيح. كما أن الصور القومية لدى أي مجتمع لها تأثير على تكوين الرأي العام لهذا المجتمع نحو الآخر عن طريق عملية الإدراك، وبالتالي فقد تلعب الصورة القومية دورا تشويها إذا كانت تلك الصورة مبنية على أساس من الجهل ويبدو ذلك جليا في المجتمعات الغير ديمقراطية.

إن تماثل واختلاف رأي الفرد مع رأي الجماعة إنما يتفاوت بدرجات مختلفة وفقا لعدة معايير منها درجة انتماء الفرد للجماعة وارتباطه بها، بالإضافة إلى شخصية ذلك الفرد (صبحي، 2005، ص53).

➤ **العوامل الاقتصادية:** من المؤكد أن الظروف الاقتصادية لأي مجتمع تلعب دورا هاما في تشكيل توجهاته وآرائه إن لم تكن هي المحدد الأول لتلك الآراء، كما أنها تؤثر على العوامل الأخرى منها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، فالظروف الاقتصادية تؤثر على الأسرة وعلى المجتمع ككل، ويؤثر العامل الاقتصادي على الرأي العام من خلال ناحيتين:

الأولى وهي المصلحة الخاصة بالفرد والتي تُعد من المحددات الرئيسية لآرائهم، **والثانية** أن الوضع الاقتصادي قد يضيف آثاره على الثقافة العامة للمجتمع. وفي حالة التدهور الاقتصادي ووجود أزمات اقتصادية ينعكس ذلك بشكل خطير على اتجاهات الرأي العام (بوحوش، 2011، ص53).

ويكون للرأي العام دورا فاعلا في حركية المجتمع خاصة القرارات الحكومية الاقتصادية خاصة في المجتمعات المتقدمة اقتصاديا، حيث لا يمكن للحكومة وضع برامج اقتصادية ترهن فيها حياة المجتمع دون أن تجس نبض الجماهير ومعرفة اتجاهاتهم، وتستعين في هذه المهمة بوسائل الإعلام المختلفة (الدعوي، 1986، ص42).

➤ **العوامل السياسية:** تلعب العوامل السياسية دورا هاما في التأثير على تشكيل الرأي العام في أي مجتمع وتقوم تلك العوامل بذلك التأثير من خلال النقطة التالية:

أ: طبيعة النظام السياسي القائم: يرى العديد من الباحثين أن السلطة السياسية الحاكمة تلعب أدوارا فعالة في تشكيل الرأي العام في البلدان المتخلفة أو النامية في حين تلعب دورا أقل في تشكيل الرأي العام في المجتمعات المتقدمة، ففي النظم الديمقراطية تسود حرية الفكر وإبداء الرأي ووجود التنظيمات السياسية المختلفة ووسائل إعلام غير مسيطر عليها بالكامل من الحكومة مما يدفع المواطنين إلى الاهتمام الأكبر بالقضايا العامة، وبالتالي نجد الرأي العام في هذه الدول له نوع من الثبات النسبي والوضوح بالإضافة إلى عمقه وتعبيره السلمي عن نفسه. أما في الأنظمة الغير ديمقراطية فنجد النقيض تماما، وفي هذه الحالة إما يكون لدينا رأي عام سلبي خاضع لسلطته الحاكمة أو رأي عام غاضب من السلطة الحاكمة ولكنه كامن يخشى الخروج من شدة بطش تلك الحكومة به (بدوي، 1979، ص57).

إن النظام السياسي هو الذي يتأثر بمواقف الرأي العام واتجاهاته في مرحلة تاريخية معينة، ولكنه يؤثر كذلك في هذا الرأي العام لتوجيهه إلى السبيل الأنجع للتقدم والرقى من جهة، وبتيح حرية التعبير عن الرأي حول القضايا العامة لبلورة قرار جماعي يعبر عن مشاغل الناس من جهة أخرى (عبد المنعم، 2000، ص ص 32،33).

تسمح الديمقراطية بذيوع وانتشار الرأي العام ولا تعمل الهيئات والمؤسسات العامة في الخفاء كما تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الرأي بين أفراد المجتمع وذلك على عكس ما هو موجود في ظل الدكتاتورية، وتؤثر الأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة في تكوين الرأي العام بها. فالنظام القائم على التسلط والاستبداد يحرم الناس من التعبير عن الرأي، ويقود إلى انعدام الثقة بين الحاكم والمحكوم مما يؤدي إلى بروز رأي عام (كامن) يجر إلى الفوضى وعدم الاستقرار.

تسعى مختلف النظم السياسية إلى تدعيم شرعيتها قانونيا وسياسيا من خلال كسب تأييد الرأي العام، وتحرك وسط ما تعرضه من إطار عام للحركة السياسية كيف تتحكم طبيعة النظام السياسي في تحديد مستوى العلاقة بين السلطات الحاكمة والمحكومين.

يمكن اعتبار الصراعات السياسية التي تحدث في المجتمع بين الأحزاب السياسية المتعارضة في برامجها ومجموعات الضغط وتضارب المصالح بينها له أثر بالغ في تشكيل الرأي العام حيث ينعكس ذلك في تبني طرح دون غيره من العوامل السياسية المهمة في تشكيل الرأي العام (الشمري، 2016، ص79).

➤ **الثورات والتجارب السابقة:** أن الرأي العام بطبيعته يتحدد بخصوص كل مشكلة، وهو نوع من الخبرة، والخبرة جزء من التاريخ، والتاريخ هو الخلفية الحقيقية التي تنطلق منها القوى الشعرية (حامد عبدالله، 2011، ص77).

إن تشابك الأحداث والمواضيع من العوامل التي تدفع الناس للتفاعل حولها كما يمكن لبعض الشعوب أن تستفيد من تجارب شعوب أخرى، كما تترك الثورات الكبرى في تاريخ الأمم آثارا لا تُمحي في حياة الشعوب (الشمري، 2022، ص92).

تعتبر تلك التجارب ومالها من تأثير مازال حيا في أدهان الأجيال المعاصرة ذات تأثير كبير على الرأي العام في مجتمعاتها وعلى الشعوب التي تخوض تجارب مشابهة لها (جال والسيد، 2010، ص59).

➤ **الزعامة والقيادة السياسية:** تتمثل الزعامة في القدرة على قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها نحو الأهداف المرجوة، لما يمتلكونه من اطلاع على أحاسيس الجماهير ومعرفة أرائهم، إلى جانب الثقة التي يتمتعون بها في الأوساط الاجتماعية تجعل منهم أداة قوية وفعالة في التأثير فيهم وتغيير اتجاهاتهم، لذلك فإن الزعامة ترتبط ارتباطا عضويا بتشكيل الرأي العام والتأثير فيه (عدلي العبد، 2014، ص48).

إن للقيادة السياسية دور كبير في التأثير على الرأي العام في المجتمعات المختلفة، ونجد أن الدور والمواقف التي يقوم بها الزعيم وأساليب الزعامة وعملياتها تختلف حسب المواقف والثقافات المختلفة ومن هنا نجد صعوبة إيجاد مبادئ عالمية لوصف الزعامة، ويعتبر الخوف والشك عاملين مساعدين للجمهور في البحث عن القيادات الشخصية، ويحتل عضو النخبة السياسية الحاكمة أهمية خاصة في هذا الشأن

بما له من صلاحيات وسيطرة على القوة الأساسية وفي اتخاذ القرارات الرئيسية في المجتمع، وما له من أدوات يستطيع أن يتحكم بها في الرأي العام وتوجيهه نحو ما يريد هو مثل الإذاعة والتلفزيون، وقد يكون لهذه القيادة دور كبير في النهوض بقضايا المجتمع، وهو يعمل على تقبل الجماعة للأهداف والقيم التي يؤمن بها، ويحدث ذلك عندما يرتبط بأحاسيس الشعب وهمومه مما يعطيه رأياً عاماً مسانداً له (بوحوش، 2011، ص60).

➤ تأثير الجماعات الضاغطة والأحزاب السياسية:

● **الجماعات الضاغطة:** تهدف الجماعات الضاغطة التأثير على قرارات وتشريعات الحكومة بما يتناسب ومصالحها، وهذا التأثير مرتبط إلى حد كبير بوجود قنوات لتعبئة الرأي العام وتوجيهه، هي "جماعات تسعى لتحقيق هدف أو أهداف مرتبطة بمصالح أعضائها بكافة الوسائل الممكنة". (ناجي، 2007، ص163) وتختلف فيما بينها من الأهداف المرجوة من تكوينها وبالتالي المصلحة هي التي تحدد توجهات هذه الجماعات تنظيمات غير حكومية، مجازة من السلطة المختصة بأن تعمل علناً ويكون لها غطاء قانوني تسعى لتحقيق منافع مادية أو مزايا نقابية لأعضائها، فتكون ذات توجه مهني وقد تكون ذات توجه إيديولوجي أو إنساني عندما تسعى لحماية حقوق الإنسان أو حماية البيئة أو منع انتشار الأسلحة، وقد تكون ذات توجه سياسي عندما تدافع عن أهداف سياسية بحثة مثل اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة الأمريكية (الكبيسي، 2008، ص101).

تسعى المؤسسات غير الحكومية للضغط على السلطة التشريعية أو السلطات العامة في سبيل تحقيق أغراضها، حيث تقوم تلك الجماعات بتبني أفكار الأعضاء المكونين لها، وبالتالي فهي تتبنى آراء القطاعات المكونة لها وتحاول أن تعبر عنها وتضغط من أجلها ولكن دور هذه الجماعات يختلف من دولة لأخرى ووفقاً للقدرة المالية لها وعدد أعضائها وصلتها بالحكومة والسلطة الحاكمة. فهي قد تقدم المشورة للحكومة وقد تسعى لضمان مصالح دول أخرى. أما الأحزاب السياسية فهي تقوم بعملية الهيمنة والقيادة من خلال مراقبة نمو الحياة الداخلية لهذه الأحزاب نفسها، وعبر الهيمنة تتحقق عملية السيطرة على قوى الرأي العام الداخلي في مجتمع معين (قنصوة، 1988، ص61).

● **الأحزاب السياسية:** وتعرف الأحزاب السياسية على أنها "مجموعة منظمة تبحث عن الدعم الشعبي وتختلف بشكل واضح عن جماعات المصالح" (Dinquin, 1992, p90)، وهناك من

يقدم تعريفاً من حيث ارتباطها بتكوين الرأي العام قبل الوصول إلى السلطة: "منظمات لها هدف واضح هو ممارسة تأثير ثابت على تكوين الرأي العام، لهذا فإن تحقيق هذا الهدف يحتاج إلى إشكالية تنظيمية وبرامج ثابتة وممارسة الاقتراع هو أحد الجوانب الهامة للأحزاب السياسية من أجل الوصول إلى السلطة وإحداث التغيير المنشود" (احمد منصور، د س، ص15).

فلا وجود لحزب سياسي هدفه الأساسي والحصري التبشير لفكرة أو الدفاع عن مبدأ أخلاقي وثقافي بقدر ما يكون هذا التبشير جزءاً من عملية سياسية مشدودة إلى هدفها النهائي (السلطة) حيث تملك السياسة هنا أن تستثمر في الثقافة والأخلاق والقيم الدينية وتدخلها جميعها في مشروعها، ولا تكاد تستطيع أن تبلغ حد الفعالية والتأثير دون أن تستند إلى فكرة عليا ودون أن تنتصر لقيمة عليا من منظومة القيم (بلقریز، 2001، ص13).

➤ **الأوضاع الدولية القائمة:** يشكل المناخ الدولي السائد عاملاً مهماً في تشكيل الرأي العام المحلي إلى درجة التعديل وبعض الحالات إلى تغييره. هذا التقارب الحاصل بين الرأي العام المحلي والدولي يرجع بالدرجة الأولى إلى التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات بين مختلف مناطق العالم، بالإضافة إلى التغييرات السريعة التي مست مجرى العلاقات الدولية وأدت إلى تغييرها خاصة فيما تعلق بانفراد الولايات المتحدة الأمريكية بقيادة العالم ومحاولتها لفرض النموذج الليبرالي على مختلف الأصعدة، وانهيار المنظومة الاشتراكية وجدار برلين يؤكد تفاعل المشكلات الدولية خاصة منها ما تعلق بالحد من الأسلحة النووية، ومشكلات التقارب، تقرير المصير، وهي من الأمور التي تشغل الرأي العام على كافة مستوياته (عبد الحليم، 2013، ص81).

➤ **الزمن (الوقت / التاريخ):** إذا كان المكان يلعب دوراً هاماً في بروز الرأي العام واتجاهه، فإن الزمن/ التاريخ بدوره عامل أساسي في تحديد المواضيع والمشاكل الاجتماعية والسياسية في كل المجتمعات الإنسانية. فهناك مواضيع شغلت المجتمع في مرحلة تاريخية معينة، وإن طرحناها الآن فلن تجد أي صدى لدى الناس. هذا يعني أن جل الأفكار يحددها ويضبطها التاريخ / الوقت (عبد المنعم، 2000، ص24).

ثانياً: مراحل تشكيل الرأي العام:

يحدد حامد عبد الله ربيع مراحل تشكيل الرأي العام كما يلي: (حامد عبدالله، 2011، ص68)

1:2: مرحلة الإحساس والإدراك: وهي محاولة التجرد من الإدراك الذاتي والميولات الشخصية وأن يمتلك الفرد قوة الانطلاق التي تجعل منه قدرة قابلة على أن تلقى بنظرها في أبعاد المستقبل مقدرة الخفايا الحقيقية التي تستتر خلف كل تأزم، فالزعيم السياسي في إدراكه للمشاكل يجب أن يتجرد من جميع الظروف الذاتية ويجب أن يصل إلى هذا التجرد إلى درجة من الإطلاق حتى يمكن القول أنه قد تجرد من ظله.

ومن هنا يظهر أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بفعاليات الإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية، والمعاني التي يقررها الفرد على ما يدركه من مؤثرات تتحدد استنادا إلى إطاره المعرفي والمرجعي ووفقا لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه (غرابية وآخرون، 1877، ص116).

يتعرض الفرد لمجموعة من المنبهات والمثيرات عن طريق حواسه التي تُعدُّ مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية ويبدأ الفرد في إدراك هذه المؤثرات إدراكا حسيا إلا أنه لا تتقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس بل يحاول الإنسان أن يدركها كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة. ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تستلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بالإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية (بدوي، 1979، ص55). ومن ذلك يتضح أن مرحلة الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعلومات والمعارف التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر وحاسة السمع ولكنها تتوقف أيضا على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته.

2:2: مرحلة الرأي الفردي: في هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع المثار هو موضوع جدلي تختلف حوله الآراء بين مؤيد ومعارض فان الفرد يحدد لنفسه موقفا معينا لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له، وموقف الفرد حول موضوع ما قد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون.

أوضح أحمد عزت أن الفرد يستجيب للبيئة لا كما هي عليه في الواقع بل كما يدركها كما تبدو له، وحسب ما يفرغه عليها من معاني وقيم وأهمية (الشيباني، 1985، ص56).

3:2: مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة: مرحلة الإدراك مرحلة ذاتية فردية نسبية، أما مرحلة الصراع تعني الانتقال المتتالي من إدراك المشكلة كتصور ذاتي إلى التعبير عن المشكلة في شكل موقف فردي لكنه يرتبط بالقوى الجماعية.

وفي هذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم اهتمام بالموضوع، وكل منهن يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوافر لديه من معلومات (الساعاتي، 1982، ص117).

4:2: مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة: من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل إليه أغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور ويصبح هذا الرأي رأيا عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور. وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وهذا ما يُعرف برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة (محمد حسين 1996، ص65).

وهناك اتفاق عام على وجود مراحل أساسية أخرى نذكر منها: (محمد حسن، 1978، ص65)

❖ **مرحلة التركيز:** ينتهي الرأي العام بعد المرحلة الثانية أي الصراع إلى التعبير عن نفسه حيث لم يعد خاصا أو فئويا وإنما رأيا عاما بخروجه من حيز الباطنية إلى العلانية وإبراز القوى الحقيقية والمفاهيم الأساسية التي تدور حولها المشكلة.

❖ **مرحلة الرضا:** يكون الرأي العام في هذه المرحلة قد أدى وظيفته بالمعنى الحقيقي من خلال الربط بين السلوك الفردي والمواقف الجماعية في صورة سلوك جماعي يسمى بمرحلة الرضا.

❖ **مرحلة الاندماج والاستقرار والشمول:**

أ/ **مرحلة الاندماج:** هو ذلك القسط الذي اتفق عليه المجتمع وعبر عنه في شكل رضا وتوافق عام جماعي يرتد نحو المواطن أو الفرد لينساب في وعائه اللاشعوري.

ب/ **مرحلة الاستقرار:** في الأمد الطويل يخلق الرضا والاندماج نوعا من الترابط بين قوى المجتمع وأجزاء الجسد السياسي، وبين القوى الاجتماعية والقوى النظامية، وبين القوى الحاكمة والقوى المحكومة بحيث تكون متجانسة ومترابطة ومتناسقة وهو ما يسمى بالاستقرار السياسي.

ج/ **الشمول:** يعني عندما يكون الرأي العام مصدرا للطابع القومي عندما ترتفع تلك الجزئية من جزئيات الرأي العام وقد ارتبطت بالمجتمع السياسي كحقيقة كلية أضحت معبرة عن إحدى سماته.

ويبرى جيمس برايس أن الرأي العام يتكون عند انتقاله من مرحلة الرأي العام السلبي إلى الرأي

العام الواعي النشط يمر بمراحل أربعة، هي: (حجيم الطائي، 2016، ص37)

- **المرحلة الأولى:** يكون الرأي العام سلبيا وراض بالسلطة مهما كانت أخطاؤها لأنه لا يعرف شيئا أفضل منها أو ربما لوجود وازع ديني يجعله يحترم هذه السلطة وهذا الاحترام مرتبط إلى حد بعيد من الخوف منها.
- **المرحلة الثانية:** تمتاز بالتصادم والصراع بين إدارة الحكم المستبد والفئات المعارضة وفي هذه المرحلة يبدأ الرأي العام في البحث عن أجوبة لمجموعة من الأسئلة تتعلق بحقوقه وواجبات السلطة الحاكمة نحوه، وينظم نفسه في شكل قوى معارضة إصلاحية وغالبا ما تنتهي هذه الصراعات بالمفاوضات أو العنف.
- **المرحلة الثالثة:** يعترف في هذه المرحلة الحكام بأنهم وكلاء للمواطنين لا أكثر وتحال المنازعات إلى القوى صاحبة السيادة (الشعب) التي تعبر عن إرادتها في العمليات الانتخابية.
- **المرحلة الرابعة:** وهي التي تتأكد فيها إرادة أغلبية المواطنين دون الحاجة للمرور بالمجالس التمثيلية ودون الحاجة كذلك للعملية الانتخابية وتوصف هذه المرحلة بمرحلة حكم الرأي العام.

المحاضرة الرابعة: أنواع وتقسيمات الرأي العام

المحاضرة الرابعة وحسب البرنامج المخصص سيتم من خلالها الحديث عن مختلف أنواع وتقسيمات الرأي العام التي جمعناها في تسعة أنواع أولها كان تقسيم الرأي العام وفقا لعمق التأثير والتأثر لنصل في النوع التاسع للحديث عن الرأي العام حسب وجوده.

مقدمة:

هنالك أنواع عدة للرأي العام، إذ يتم تقسيم الرأي العام بحسب (طبيعته، وثباته، وتأثيره أو مشاركته السياسية، أو انتشاره الجغرافي، وحجم الجمهور، أو عنصر الزمن أو درجة الصراحة والوضوح، أو بحسب طريقة التوافق الاجتماعي)، وما إلى ذلك من تصنيفات.

إن هذه الأنواع والتقسيمات، ما هي إلا تقسيمات معنوية من أجل الدراسة، ولا يمكن للمواطن أو الفرد العادي ملاحظة الفارق بين نوع وآخر من هذه الأنواع نتيجة لتداخلها مع بعضها، أو تكرار وجودها - نوعين أو أكثر - في مجتمع واحد، أو في الزمان والمكان نفسه، ويمكن تناولها كما يلي:

أولاً: تقسيم الرأي العام وفقاً لعمق التأثير والتأثر:

1- **الرأي العام القائد أو المسيطر:** يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمتقنين، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويتقف ويوجه ويرشد الناس وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والصحافة وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها. هو رأي الطبقة المسيطرة داخل المجتمع، ورأي القادة والزعماء والحكومات (عبد الحليم، 2013، ص251).

ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع ونخبته من القادة والعلماء والمفكرين والإعلاميين ورجال الأدب والسياسة وهؤلاء نسبتهم بالمجتمع قليلة ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه الوجهة المطلوبة، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم من يؤثر بهذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار (القيصر، 2013، ص82).

1:1: خصائص "الرأي العام القائد" تشمل النقاط التالية (حجاب، 1996، ص33):

_ القدرة على التأثير في السياسات: الرأي العام القائد ليس مجرد ردة فعل على الأحداث، بل هو عنصر نشط في توجيه السياسات والقرارات الحكومية أو المؤسساتية. يمكن أن يدفع القادة السياسيين أو صناع القرار إلى تبني سياسات معينة استجابة لمطالبه.

_ التوجه نحو التغيير: في كثير من الحالات، يكون الرأي العام القائد مرتبطاً بالرغبة في التغيير أو الإصلاح، وقد يتطلب هذا تغييرات في القيم الاجتماعية أو تحسين الظروف الاقتصادية أو السياسية.

_ قوة التنسيق المجتمعي: الرأي العام القائد يتطلب أن يكون هناك نوع من التنسيق والتعاون بين مختلف قطاعات المجتمع، سواء كان ذلك من خلال حركات شعبية أو منصات إعلامية.

_ التأثير على الأجيال القادمة: قد يساهم الرأي العام القائد في تشكيل مستقبل الأمة أو المجتمع من خلال التأثير على الأجيال القادمة بما في ذلك في مجالات مثل التعليم، الثقافة، والتوجهات الأخلاقية. أمثلة على "الرأي العام القائد" تشمل حركات حقوق الإنسان مثل حركة الحقوق المدنية في الولايات المتحدة، أو الحركات المناهضة للفصل العنصري، أو الاحتجاجات الشعبية التي تقود إلى تغييرات سياسية كبيرة مثل "الربيع العربي".

2- الرأي العام القارئ أو المثقف: هو مصطلح يشير إلى حالة من الرأي العام الذي يتم تشكيله من خلال التفكير النقدي، والاطلاع الواسع، والوعي العميق بالقضايا الاجتماعية، السياسية، والثقافية. يتسم هذا النوع من الرأي العام بالقدرة على التحليل المستقل والمستنير للمعلومات والموضوعات، ويعكس أفراد المجتمع الذين يساهمون بآراء مدروسة ومبنية على المعرفة والفهم الجيد. يتكون من أوساط الناس ثقافة الذين تقل ثقافتهم عن الفئة الأولى القائدة، وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ويتأثر بوسائل الإعلام بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه (الشمري، 2022، ص82).

2:1: خصائص "الرأي العام المثقف" (محمد حسين، 1996، ص24):

_التفكير النقدي: الأفراد الذين يتبنون هذا الرأي العام يقومون بتحليل المعلومات والأحداث من زوايا متعددة، ولا يتقبلون الحقائق دون فحص دقيق. هم عادة ما يطرحون الأسئلة، ويناقدون الأفكار بعقلية مفتوحة، ويبحثون عن الأدلة والحقائق التي تدعم أو تدحض الرأي السائد.

_الاطلاع والمعرفة: يتمتع الأفراد في الرأي العام المثقف بمعرفة واسعة حول مختلف المواضيع، سواء كانت في مجالات السياسة، الاقتصاد، الثقافة، التاريخ، أو العلوم. يقرؤون ويستمعون إلى مجموعة متنوعة من المصادر والمراجع، مما يمكنهم من تكوين آراء مستنيرة.

_الوعي الاجتماعي والإنساني: يتسم الرأي العام المثقف بالاهتمام بقضايا المجتمع الكبرى مثل حقوق الإنسان، العدالة الاجتماعية، التعليم، والبيئة. أفرادهم عادة ما يسعون إلى تغيير وتحسين الأوضاع بناءً على معرفتهم العميقة بالقضايا المعاصرة.

_القدرة على النقاش المثمر: الرأي العام المثقف يدعو إلى الحوار والنقاش العقلاني. أفرادهم يعبرون عن آرائهم بطريقة تحترم الآخرين وتسمح بتبادل الأفكار بصورة بناءة.

_الاستقلالية الفكرية: يتجنب أفراد هذا الرأي العام الانسياق وراء المواقف الشعبية أو التأثر بالضغوط الجماعية. يعتمدون على أفكارهم الخاصة ويميلون إلى اتخاذ قرارات مستنيرة بناءً على البحث والتحليل الشخصي.

3- الرأي العام المنقاد أو المنساق: وهو رأي الأغلبية الساحقة من الشعب، ويكون في غالب الأحيان، رأياً غير مبني على أسس صلبة، فهو نتيجة الدعاية والشائعات والمعارضة السياسية للحكومة. وهو كذلك رأي مبدئي في السياسات الحكومية المتبعة والتي لم يخترها أحد، ويمكن القول أنه رأي " الرفض من اجل الرفض" الذي تتبعه الأحزاب المعارضة (مصطفى، 2014، ص ص 26، 27).

يتكون من الفئة التي لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين وهو رأي السواد العظم من الشعب الذي لا يستطيع أو لا يقدر على الاطلاع والمراقبة والبحث عن الأحداث والمعلومات التي تهمه أو التي تخص البيئة التي ينتمي إليها (عدلي العبد، 2006، ص 22).

وينقاد أصحاب هذا الرأي لما يوجهه لهم أفراد الرأي العام القارئ، وتتوثر فيه وسائل الإعلام والدعاية ويتقبل الشائعات ويتشكل من الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة، ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض في وسائل الاتصال عامة، وهم أشبه بالقطيع.

وهو رأي السواد الأعظم من الناس، وخصوصاً الأميين أو قليلي التعليم والثقافة، فهؤلاء يكونوا عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبلون ما ينشر وما يذاع دون تمحيص، أو تدبر كما يتناقلون الشائعات ويصدقونها ويروجونها ويكونون عرضة لحملة الدعاية (رامز محمد، دس، ص 39).

3:1: خصائص " الرأي العام المنساق ":

تتمثل خصائص الرأي العام المنساق في النقاط التالية (خورشيد، 2012، ص 82):

_التأثر بالضغط الاجتماعية والإعلامية: الرأي العام المنساق يتشكل بسبب تأثير وسائل الإعلام، الحشود، أو الشخصيات العامة التي تمارس الضغط على الأفراد للانقياد وراء رأي جماعي أو موقف معين. قد يكون هذا التأثير من خلال الأخبار، البرامج التلفزيونية، منصات التواصل الاجتماعي، أو الحملات الدعائية.

_غياب التفكير النقدي: الأفراد الذين يتبعون الرأي العام المنساق قد لا يقومون بتحليل المعلومات بشكل مستقل. بدلاً من ذلك، يتبعون التوجهات السائدة أو مواقف غالبية الناس دون التدقيق في صحتها أو دقة المصادر.

_التأثير الجماعي: في الرأي العام المنساق، يميل الأفراد إلى الانضمام إلى غالبية الآراء أو المواقف السائدة خوفاً من العزلة الاجتماعية أو من كونهم في الأقلية. هذا الانسحاق يمكن أن يكون مدفوعاً بالخوف من الانتقاد أو التهميش.

_السهولة في التأثير: يمكن أن يتم التأثير في الرأي العام المنساق من خلال تكتيكات مثل التحريض العاطفي أو الوعود المغرية، مما يسهل التأثير على الأفراد وتوجيهه.

الرأي العام النوعي: وهو إما أن يكون على نطاق محلي، أو على نطاق إقليمي أو عالمي، والمقصود بالرأي العام النوعي (الرأي العام الذي يسود بين طائفة أو فئة معينة من شعب بعينه أو مجموعة من

الشعوب في وقت معين بالنسبة لقضية أو أكثر تهم هذه الطائفة أو الفئة وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مباشرة.

وتجمع هذه الفئات عادة عوامل دينية أو عنصرية أو طبقية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو مهنية، ومما لا شك فيه أن الرأي العام النوعي يعكس آثاره الخيرة والشريرة على الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمية، ولذا ينبغي للباحث في ميدان الرأي العام ألا يُهمل في تقديره الآثار الخطيرة التي تترتب على الأفكار والآراء التي تسود بعض الفئات والعناصر المكونة للجماعة بشكل يهدد بانعزال هذه الفئات عن الجماعة.

ثانياً: تقسيم الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن:

1- الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت الذي يدوم فترة طويلة، ويتصف بالاستقرار، ويتأثر بالعوامل الاجتماعية ويكون أكثر رسوخاً من الأنواع الأخرى ولذلك يسمى رأي دائماً. إن هذا النوع من الرأي تعتقه فئات كبيرة من الجمهور، ويتصل بالثوابت الوطنية، ويشترك فيه السواد الأعظم من الناس ولا تكاد تؤثر فيه الأحداث الجارية أو تقلل من شأنه إلا نادراً (لحمر، 2019، ص4).

ينبعث هذا الرأي من عوامل حضارية وثقافية للمجتمع، ومن بين هذه العوامل التي تساعد على بزوغه: نظام التربية والعادات والتقاليد. والرأي العام القار لا يتغير نسبياً ويستمر بدون أن يتأثر بالزمان أو المكان (عبد المنعم، 2000، ص38).

وبمعنى آخر هو مصطلح يشير إلى حالة من الرأي العام التي تبقى ثابتة أو مستمرة على مدى فترة طويلة من الزمن دون تغييرات مفاجئة أو تقلبات كبيرة في المواقف أو الآراء العامة. يمكن أن يكون هذا النوع من الرأي العام ناتجاً عن استقرار اجتماعي أو ديني أو سياسي، أو تواصل طويل الأمد لآراء معينة تم تبنيها من قبل المجتمع (عدلي العبد، 2006، ص23).

2- الرأي العام المؤقت: وتمثله الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعنية، وينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب والهيئات (الباز، 2002، ص22).

يرتبط الرأي العام المؤقت بمواضيع محددة، وفي وقت محدد، وينتهي بانتهاء الظروف التي أدت إلى وجوده. وهذا النوع هو الشائع ويمكن ربطه بمواقف الأحزاب السياسية والقوة الحية في المجتمع عندما تريد

أن تصل إلى هدف معين وفي وقت معين كالانتخابات مثلاً. ويتأثر الرأي العام المؤقت بعدة عوامل نذكر منها وسائل الإعلام والاتصال والدعاية والشائعات (محمد حسن، 1982، د ص).

وهو الرأي الذي يدور حول حدث طارئ لمدة محدودة ووظيفية وينتهي بنهاية التفاف الجماعة حول هذا الحدث، أي أن هذا النوع من الرأي العام يزول بزوال المشكلة أو الحادثة، وهذا النوع من الرأي العام يكون مؤقتاً ولا يصلح أن تتبنى عليه دراسات أو قرارات (القيصر، 2013، د ص).

كذلك هو مصطلح يشير إلى حالة من الرأي العام التي تنشأ نتيجة لتأثير أحداث أو ظروف مؤقتة، وغالباً ما تكون هذه الآراء والمواقف قصيرة الأمد ولا تستمر طويلاً. يتم تشكيل هذا النوع من الرأي العام بناءً على عوامل طارئة مثل الأزمات، الأحداث الكبيرة، الحملات الإعلامية، أو تغيرات مفاجئة في الأوضاع الاجتماعية أو السياسية (رامز محمد، د س، ص9).

ثالثاً: التقسيم الكمي للرأي العام:

1- رأي الأغلبية: وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة. وهو رأي أغلبية الجماعة الفعالة المؤثرة، ويمثل ما يزيد عن نصف الجماعة، ومن عيوبه أنه قد يركن إلى الكسل والخمول، ويدع شؤونه إلى فئة من غير الأكفاء للتعبير عنه.

2- رأي الأقلية: وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة. وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة، وقد يكون من بينهم من يمتاز برجاحة العقل والرأي السديد، ولهذا يحسب للأقلية من قبل الأغلبية آراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة.

3- الرأي الساقط أو الرضا العام: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساقطة وهو ليس رأي الأغلبية إنما رأي قريب من الإجماع ويقترّب من العادات والعرف والتقاليد. (سفاري وآخرون، 2003، ص123). وهو الرأي الذي يمثل الأغلبية والأكثرية الساقطة، وهذا الرأي شبيه بالإجماع.

4- **الرأي الائتلافي:** وهو ائتلاف تحت ضغط ظرف معين يستوجب تشكيل هذا الائتلاف، وغالبا ما يكون الرأي الائتلافي وليد عوامل خارجية أكثر منها داخلية، ومتى ما زالت هذه العوامل العارضة زال معها الرأي الائتلافي (محمد حسين، 1996، ص78).

رابعاً: تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي:

1- **الرأي العام العالمي أو الدولي:** ويقصد به الرأي العام الذي يسيطر على أكثر من مجتمع واحد، وهو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة، فهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات. مثل قضية التلوث البيئي. وهو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة ونحو قضية معينة يتم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب أو قيمها (الباز، 2002، ص25).

2- **الرأي العام الإقليمي:** هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب والدول المتجاورة جغرافياً حول قضية ما في فترة زمنية معينة تم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشراً، وله عدة مقومات كالارتباط التاريخي والمصلحة المشتركة ووحدة اللغة والثقافة وتقارب العادات والتقاليد (محمد الجبور، 1982، د ص).

4- **الرأي العام الوطني أو القومي:** ينشأ الرأي العام القومي في الدول التي تنتمي إلى عرق واحد، وتجمعها قواسم مشتركة مثل: اللغة والتاريخ، والجغرافيا، والعامل الرئيس في هذا الرأي هو تولد رأي واحد لدى أغلبية شعوب هذه الدول (الدعيمي، 1986، ص113).

هو الرأي العام الذي يسود الوطن أو الدولة الكائن بها. يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن، أو الدولة الكائن بها وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز هذا الرأي العام بعدة خصائص من أهمها: (مصطفى، 2014، ص24)

_ **التجانس:** بمعنى أنه رغم الخلافات الداخلية التي تصل أحيانا إلى حد الصراع والتطاحن إلا أن الرأي العام الوطني يملك خلفية من التراث والتقاليد فضلا عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة.

_ **إمكان التوقع به:** وبأبعاده وردود فعله عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز بحوث الرأي العام.

ـ **معالجته للمشاكل القومية:** على أساس أن المشاكل القومية تعنيه بالدرجة الأولى وبالتالي ينذر أن يكون مضمونه إحدى المشاكل الدولية في أغلب الأحيان.

أما الرأي العام القومي، فهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا كالدول العربية مثلا أو دول المغرب العربي أو أوروبا... الخ.

4: الرأي العام المحلي: هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في منطقة جغرافية معينة أو محافظة داخل الدولة في فترة زمنية معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا (عبد الحليم، 2013، ص77).

5: الرأي العام الوطني: يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أي السلطة القائمة، ويتميز الرأي الوطني بالتجانس بين الأفراد لوجود خلفيات من التراث والتقاليد الراسخة، فضلا عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة محددة مع إمكانية التنبؤ به وبرود فعله عن طريق الدراسات والقياسات التي تجريها مراكز ووحدات بحوث الرأي العام (عدلي العبد، د س، ص34).

6: الرأي العام النوعي: وهو الرأي الذي يسود بين طائفة أو فئة معينة من شعب بعينه أو من مجموعة من الشعوب في قضية معينة يحتدم فيها الجدل أو تهم هذه الطائفة أو الفئة وتمس مصالحها أو قيمها الأساسية مسا مباشرا.

خامسا: تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

1: الرأي العام الكامن (الباطني أو المستتر): يحدث أن يتكون رأي عام كامن وغير ظاهر لأسباب سياسية أو اجتماعية، وقد يظهر في شكل همسات أو نبرات خافتة لا تلبث أن تتفجر وتتحول إلى ثورة عارمة في حالات كثيرة. وهو الذي لا يظهر إلا في الحالات التي تتطلب عملا معيناً في اتجاه معين، وعادة لا يتم الإفصاح عن الرأي العام وعدم إمكان التعبير عن الموقف نتيجة خوف الجماعة من عواقب التعبير عن آرائها لأنها ضد الأوضاع القانونية مثلا. وإذا سنحت الفرصة للجماعة بتغيير الأوضاع مثلا فان الرأي العام الباطني سيتحول إلى رأي صريح ظاهر (بطرس، 2020، ص80).

يرتبط هذا النوع بعامل التعليم والثقافة، فهو يمثل رأي النخبة المثقفة في المجتمع ويرتكز على تحليل دقيق للأوضاع وعلى نقاشات علمية داخل هذه النخبة قبل الاتفاق على رأي معين. ويؤثر بشكل مباشر على باقي الطبقات الشعبية ويساعد على تكوين الرأي العام الظاهر (عبد المنعم، 2000، ص41).

يحدث أن يتكون رأي عام كامن وغير ظاهر لأسباب سياسية أو اجتماعية وقد يظهر في شكل همسات أو نبرات خانقة لا تلبث أن تنفجر وتتحوّل إلى ثورة عارمة في حالات كثيرة (حجاب، 1996، ص76).

2: الرأي العام الظاهر (الصريح أو المعلن): وتشارك في التعبير عنه أجهزة الإعلام أو المنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية، ويمارس تأثيرا على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة. وهو الذي يعبر بصراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم وشعورهم، ويكون الرأي العام صريحا عندما تعبر النفوس عما يعتريها من شعور ورأي وفكر، وهذا النوع من الرأي العام يشترط توافر الحرية ولا يخشى الناس التعبير عن آرائهم بصراحة تامة (إبراهيم، 2008، ص80).

الرأي العام الظاهر، تشارك فيه أجهزة الإعلام والمنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية في التعبير عنه ويمارس تأثيرا على سلوك الأفراد والجماعات السياسية العامة للدولة (سراج، 1986، ص76). هو تعبير الأفراد في المجتمعات الديمقراطية بدون أي عائق، وبدون التعرض لأي ضغوطات على آرائهم ومواقفهم بدون أي عائق، وبدون التعرض لأي ضغوطات على آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا المطروح للنقاش، سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو... الخ

إن أهم العوامل المؤثرة في تكوين ويزوغ هذا الرأي هي النظام السياسي لأنه لا يمكن بدون حرية وديمقراطية. تواجد رأي عام ظاهر، فهو تعبير الأفراد في المجتمعات الديمقراطية بدون أي عائق، وبدون التعرض لأي ضغوطات على آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا المطروحة للنقاش سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم ثقافية والتي تشغلهم (دياب، 1989، ص39).

3: الرأي العام غير الظاهر: وهو الرأي العام غير المعبر عنه، ويحدث غالبا في مجتمعات تحكمها الأنظمة الشمولية التي لا تسمح للناس في أن تعبر عن آرائها إلا وفق ما تريده السلطة، فالمواطن هنا يخشى التصريح برأيه في المشاكل المختلفة. وإذا ما أعطيت الفرصة للمواطنين في التعبير عن رأيهم يتحول الرأي العام الباطن إلى رأي عام ظاهر (حسين سمير، 1997، ص80).

4: الرأي الشخصي والرأي الخاص: إن الآراء التي يكونها الفرد لنفسه بعضها آراء عامة وبعضها آراء شخصية، وأفكار الإنسان تتوقف إلى حد كبير على نشأته الأولى ونوع الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها والثقافة التي حصل عليها. ومن هنا نشأ الاختلاف بين الأفراد في آرائهم الخاصة، ولا شك في أن الإنسان يتأثر بتأثر تفكيره إلى درجة كبيرة بالتقاليد الموروثة والعقائد الدينية إلى جانب البيت والمدرسة والتجارب الماضية والظروف التي يعيش فيها (شكري، 1989، ص24).

- **الرأي الشخصي** هو ذلك الذي يكونه الفرد طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع الذي يعيش فيه، وهو الرأي الذي يرغب الفرد في أن يشارك به مع الجماعة.
- **أما الرأي الخاص**، فهو ذلك الجزء من الرأي الشخصي الذي يحتفظ به الفرد لنفسه. مثل الانتخابات.

سادساً: تقسيم الرأي حسب تأثيره ومشاركته السياسية:

1: الرأي العام السلبي: وهنا ينظر الباحثون إلى الرأي العام حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة ويرتكز هذا التقسيم على افتراض وجود قطاع من الجمهور سلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسحاق وراءها ويسمى هذا النوع بالرأي العام السلبي (بدوي، 1979، ص76).

2: الرأي العام الايجابي: ويعني وجود قطاع آخر يمثله عادة المثقفون وقادة الرأي والذين يمتلكون خلفية فكرية ويستطيعون فهم حقائق الأمور وتفسيرها ولا يتأثرون بوسائل الإعلام، بل هم الذين يؤثرون فيها بأفكارهم، ويسمى هذا النوع بالرأي الايجابي (محمد حسين، 1996، ص140). يمثله عادة المثقفون وقادة الرأي والذين يملكون خلفية فكرية ويستطيعون فهم حقائق الأمور وتفسيرها ولا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم الذين يؤثرون فيها (عبد المنعم، 2000، ص76).

سابعاً: تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق والاجتماع:

1: رأي عام بتوافق اجتماعي: أما الموافقة فهي لا تحدث إلا بين أفراد بعض الهيئات الخاصة، كما يحدث غالباً بين جمهور العلماء، نحو اكتشاف معين أو اختراع جديد أو كاتفاق أفراد قبيلة ما على موضوع يخصهم، وذلك لصغر حجم المجتمع القبلي. وهذه الدرجة من الرأي العام نادراً ما تحدث في المجتمعات المتقدمة نظراً لتشعب الآراء والأفكار وكثرة السكان (عبد المنعم، 2000، ص80).

2: رأي عام عن طريق التراضي: وفي هذا النوع يتنازل كل فريق عن جزء من رأيه نحو موضوع معين مع علمه بصواب رأيه، وذلك في سبيل الوصول إلى رأي واحد وحل مشكلة هذا الموضوع على أية صورة كما يحدث بصدد الشؤون الاقتصادية.

3: رأي عام عن طريق التصويت: وهو رأي الأغلبية السائد، وهذه الدرجة من الرأي العام ينتج عنها كبت آراء خفية معارضة قد تؤدي إلى عدم استقرار المجتمع.

4: رأي عام عن طريق الضغط: قد يأتي الرأي العام عن طريق الضغط كأن يضغط قائد الجماعة على أفراد جماعته ويحملهم على قبول رأي معين، وهذه الدرجة أقل درجات الرأي العام دواما ولا يعتبر رأي عام بالمعنى الصحيح، إذ أنه مبني على الكبت والضغط لا على حرية الفكر والرأي (حسين سمير، 1997، ص65).

ثامنا: تقسيم الرأي العام حسب حركيته:

1: الرأي العام الستاتيكي: - الغير متحرك - : يستمد قوته من التقاليد والعادات والقيم والمبادئ المستقرة وهو أشبه بموافقة جماعية ناتجة عن مجموعة من الآراء المعتمدة، ويسود مثل هذا الرأي في المجتمعات والاقتصاديات الزراعية المتخلفة أو شبه المتخلفة، وهو يتلاءم مع نظم الحكم المطلقة سواء أكانت روحانية أم علمانية، غير أن وصفه بالستاتيكي لا يعني بالضرورة أنه جامد إلى حد كبير.

هو مصطلح يشير إلى حالة من الرأي العام التي تكون ثابتة وغير متغيرة، حيث تظل الآراء والمواقف ثابتة على مدى فترة طويلة من الزمن دون أن تتأثر كثيرا بالأحداث أو التغيرات الاجتماعية والسياسية. في هذا النوع من الرأي العام يظل الأفراد ملتزمين بمعتقداتهم وآرائهم الأساسية، ولا يحدث تغيير جوهري أو تحول في وجهات النظر رغم التطورات أو الظروف المتغيرة (لحمر، 2019، ص4).

2: الرأي العام الديناميكي: - النشط أو المتحرك -:

هو الناتج عن رغبة الأفراد في التغيير يركز على عامل التعقل إلى جانب عنصر الحيوية والثقل والتمحيص أكثر من اعتماده على القيم والأعراف والعادات والتقاليد (ربحي، 2014، ص83).

هو الذي ينشأ عن الرغبة في التغيير، ويستمد قوته من اعتماده على الحيوية والتعقل أكثر من اعتماده على التقاليد والعادات والقيم المستقرة، ويتلاءم الرأي الديناميكي مع المجتمعات والاقتصاديات الصناعية المتقدمة.

تاسعا: تقسيم الرأي العام حسب وجوده:

1: الرأي العام الموجود بالفعل: وهو الرأي العام الذي يحدث نتيجة بعض الأحداث، وتظهر آثاره في التعليقات والمناقشات، ويكون هذا الرأي العام الموجود واحد من ثلاثة أنواع:

- الرأي العام الدائم الذي يتسم بالاستمرارية.

- الرأي العام المؤقت الذي يظهر عندما تظهر مشكلة وقتية.

- الرأي العام المحدد بعوامل زمنية ومكانية وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية، وينتهي أجل هذا النوع من الرأي العام إذا ما تغير أحد هذه العوامل (سراج، 1986، ص78).

2: الرأي العام المتوقع ظهوره: وهو الذي لم يكن موجودا أصلا، ولكن يتوقع ظهوره أو وجوده عقب موضوع معين، أو حادثة معينة، أو مشكلة من المشكلات التي تشغل بال الرأي العام، وتؤدي مراكز بحوث الرأي العام دورا هاما في التنبؤ بالرأي العام المتوقع ظهوره (محمود الجوهري، 1983، ص82).

محاضرة الخامسة: وظائف الرأي العام وأساليب

تغييره

خصصنا هذه المحاضرة لشرح الوظائف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية الإعلامية التي يؤديها الرأي العام ، ل يتم الحديث بعد ذلك عن الأساليب المتبعة لتغيير الرأي العام.

مقدمة:

تتنوع وظائف الرأي العام بتنوّع السياقات السياسية والثقافية والاجتماعية التي ينشأ فيها، إلا أنه يؤدي في كل الأحوال جملة من الأدوار الجوهرية؛ فهو من جهةٍ يعبر عن وعي الجماعة واتجاهاتها، ومن جهةٍ أخرى يساعد صانعي القرار على استشعار رغبات المواطنين ومطالبهم، كما يقوم بوظيفة رقابية على أداء السلطات والمؤسسات العامة، إضافة إلى كونه أداة تربية اجتماعية تسهم في ترسيخ القيم والمعايير السائدة داخل المجتمع. كما يضطلع الرأي العام بوظيفة تعبوية في أوقات الأزمات أو التحولات الكبرى، حيث يتوحد الأفراد حول أهداف أو قضايا مشتركة.

ولأن الرأي العام لا ينشأ في فراغ، بل يتأثر بعوامل متعددة مثل وسائل الإعلام، والتعليم، والبيئة الثقافية، والظروف الاقتصادية، فإن وظائفه تتغير بتغير تلك العوامل. ففي المجتمعات الديمقراطية مثلاً، يمارس الرأي العام وظيفة توجيهية ورقابية فعّالة، بينما قد تنحصر هذه الوظائف في المجتمعات المغلقة أو السلطوية في حدود التعبير المحدود أو الموجّه.

من هذا المنطلق، تأتي دراسة وظائف الرأي العام كضرورة علمية لفهم ديناميكية العلاقة بين الجمهور والسلطة، وبين الفرد والمجتمع، وبين الفكر والممارسة السياسية. فهي تساعد على تفسير كيف يساهم الرأي العام في صنع القرار، وتشكيل السياسات، وضبط السلوك الاجتماعي، وتعزيز الهوية الجماعية، ما يجعله عنصراً لا يمكن تجاهله في أي تحليل شامل للحياة العامة المعاصرة.

أولاً: الوظائف السياسية للرأي العام:

يمكن حصر هذه الوظائف في النقاط التالية (محمد حسن، 1982، ص54):

- **التأثير على القرار السياسي:** من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فانه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تتبني على الرأي العام.
- **التأثير على الانتخابات:** تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.
- **التأثير على الحكم:** من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين.
- **إنجاح خطط الدولة:** حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدوره في إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه.
- **تحديد ملامح السياسة الخارجية:** حيث أنه له دور هام في هذا من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة، حيث أن الجهة تضع السياسة الخارجية لا بد أن تأخذ في اعتباراتها رغبة الشعب في تحديد معالم هذه السياسة.
- **التحديث السياسي:** أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغيير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية.
- **إصدار القوانين والتصديق عليها:** حيث أن القوانين ماهي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمنان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها.

ثانيا: الوظائف الاجتماعية للرأي العام:

- أ: وظيفة الرقابة الاجتماعية:** تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق وعادات المجتمع لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تنتافي وأوامر المشرع وحرمات الناس. ومن خلال هذا يحافظ الرأي العام على المثل والقيم الاجتماعية في المجتمع.
- ب: تطوير الحياة الاجتماعية:** حيث أن تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية له والتي تظهر في قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما يحتاج منها إلى علاج، وهو ما يحدث غالبا تحت ضغط الرأي العام. كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات على مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها.

ج: **التعبئة الاجتماعية:** مثل إصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه، حيث أن إخفاءها يؤدي إلى الإضرار بالحكومة، إذ يؤثر في قدرتها على التعبئة الاجتماعية (أبو أصبع، 2001، ص59).

والرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها في الحال على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية والأخلاق أو التقاليد أو القانون (دياب، 1989، ص107).

ومن جانب آخر فإن الرأي العام يساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية وبدون هذه المساندة يتجمد نشاطها فكل هذه الهيئات أو المؤسسات أو الجمعيات أو التشكيلات توضع دائما في امتحان أمام الرأي العام، وأن كل هذه الجهات تعمل جاهدة على كسب الرأي العام (الشيباني، 1985، ص51).

وهناك وظائف ثانوية للرأي العام نستطيع أن نجملها على النحو التالي: (بركات، 2012، ص76)

- ✓ يساعد في سن القوانين والغائها عن طريق (المجالس الشعبية) فلا يمكن أن ننتظر أن تفرض القوانين بالقوة على الناس دون أن نعطي اعتبارا لوجهات نظرهم.
- ✓ يساند المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية إذ لا تستطيع أي مؤسسة أن تحقق أهدافها والقيام بوظيفتها بدون مساندة الرأي العام ودعم الناس لسمعتها.
- ✓ يقوم بدور الحارس على الأخلاق المستمدة من القيم الدينية.
- ✓ يحافظ على الروح المعنوية، فالرأي العام يساعد في الوصول بالروح المعنوية إلى الذروة، وعلى العكس من ذلك تضعف الروح المعنوية في المجتمع إذا انقسم الرأي العام.

ويمكن ذكر وظائف أخرى للرأي العام نوجزها في النقاط التالية:

- ✓ **إنكاء الروح المعنوية:** ودفعها نحو القضايا المهمة، وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتزمة مجتمعة وراء القضايا العامة عبر الحرية والديمقراطية (شكري، 1989، ص107).
- ✓ **التعبئة الاجتماعية الجماهيرية:** وهي إثارة الرأي العام وتهيئته لتقبل تغيير ما، أو تهيئته لإصدار قانون ما، أو تعديل ما. وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير.

- إن عدم إثارة الرأي وتهيئته لتقبل تغيير ما أو تهيئته لإصدار قانون ما أو تعديل ما وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير.

- إن عدم حشد الرأي العام لكسب التأييد يمكن أن يؤدي إلى نتائج غير مرضية بصانع القرار.
- وقد تكون التعبئة والتهيئة عن طريق البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفزيونية المباشرة أو المقالات أو استطلاعات الإنترنت أو الندوات أو المحاضرات والملتقيات العلمية (عدلي العبد، د س، ص52).

✓ **تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الإنساني:** يؤدي الرأي العام المناهض أو الراض لأحد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرده هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعيا مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم عن المجتمع.

وهذا قد يؤدي إلى تعديل سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو الإقلاع عنها أو تركها ونبذها لأنها تتعارض مع قيم المجتمع التي حماها الرأي العام ودافع ضد تشويهها (Gillon, 1963, p 89).

ثالثا: الوظيفة الاقتصادية للرأي العام: إن موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والصناعية والاستثمارية يقومون على استمالة الرأي العام وكسبه بثتى الطرق المتاحة للترويج لبضاعة ما أو الوقوف على آراء العملاء والزبائن والجمهور من سلعة ما أو خدمة ما وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره ومدى قوته في تحريك عجلة الاقتصاد (جمعة، 1999، ص108).

رابعا: أساليب تغيير الرأي العام:

1- أسلوب التكرار: يعتبر هذا الأسلوب من أنجع الأساليب لتغيير الرأي العام، وهو لا يعني الجدل ولا المناقشة، وإنما إعادة التعرض لموضوع أو مسألة ما عدة مرات متتالية أو عبر قنوات متلاحقة.

2- أسلوب الإثارة العاطفية: الدعاية تعتمد أساسا على إثارة العواطف لا على المناقشة والإقناع وتتبع عن احتقار دفين للمواطنين، وإن إثارة العواطف أسلوب كثير الاستعمال، وخاصة لدى الأنظمة الاستبدادية، وتعتمد الإثارة العاطفية مختلف أساليب الغش والكذب والتضليل والخداع (سفاري وآخرون، 2003، ص132).

3- أسلوب عرض الحقائق: يطلق على هذا اللون من الدعاية عادة لفظ الإعلام، ويعتمد هذا الأسلوب على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثرا وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات (مصطفى، 2014، ص95).

4- أسلوب تحويل انتباه الجماهير: قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ. والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الدعاية في مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه (مجاهد، 2007، ص63).

5- أسلوب افتعال الأزمات: عرفت الإنسانية في تاريخها الطويل أزمات عديدة سياسية واقتصادية واجتماعية وتركت آثارها الخطيرة على الإنسان ومستقبله ولكن المقصود بافتعال الأزمات كأسلوب من الأساليب الحديثة في تغيير الرأي العام هو استغلال بعض الأحداث أو الظروف بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب (سفاري وآخرون، 2003، ص134).

6- أسلوب إثارة الرعب والفوضى: استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب وإخضاعها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى.

7- الشائعات: هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي (مصطفى، 2014، ص96).

8- أسلوب التعقيم والتمويه الإعلامي: ويقوم هذا الأسلوب على الانحياز المطلق في اختيار ما يذاع وينشر من أحداث ووقائع. وما يسدل عليه ستار الكتمان والسرية أو الحذف المتعمد أو عدم المتابعة، أو ما يخضع للإضافة والتلوين لإفساد مغزاه ومضمونه الحقيقي أو ما يتم اقتناصه والتركيز عليه من أخبار وصور سلبية للإساءة إلى انجاز معين أو طائفة أو دين أو شعب أو دولة بعينها (التهامي، 2015، ص75).

9- أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته: يندرج هذا تحت ما يسمى التزييف العلمي والذي تلجأ إليه أحيانا الحكومات والمؤسسات بل والأفراد من نشر بيانات إحصائية مزورة لخداع

جماهيرها استجابا لإرضاء الرأي العام أو اتقاء لغضبه ومثل هذه التصرفات تظهر بكثرة في أوقات الأزمات والانتخابات.

10_ استخدام أسلوب الابتزاز عن طرق الحملات الإعلامية: مثل ما قامت به الدعاية الصهيونية مستخدمة هذا الأسلوب في الدعوة لقيام الكيان الصهيوني أو في التهويل من الخطر المحدق على شعبها وأطفالها (حمر، 2019، ص30).

11_ أسلوب التضخيم والتلفيق: يُستخدم هذا الأسلوب الدعائي لاختيار مواقف معينة أو لإضفاء الأهمية عليها رغم ضحالتها أو الدس والوقية بين شعوب، أو دول أو جماعات مستهدفة أو لتمكين بعض العملاء من اتخاذ قرارات لصالحها باستخدام الأكاذيب الملفقة (التهامي، 2005، ص121).

المحور الثاني

نشأة قياس الرأي العام والأدوات

المستعملة في قياسه

المحاضرة السادسة:

قياس الرأي العام.

المحاضرة السابعة:

الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام.

المحاضرة الثامنة:

المقابلة واستخداماتها في بحوث الرأي العام.

المحاضرة التاسعة:

الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام.

المحاضرة العاشرة:

تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام.

محاضرة السادسة: قياس الرأي العام

من خلال المحاضرة السادسة سنتقدم للطلبة تعريفاً مختصراً لمفهوم قياس الرأي العام مع التركيز على أهم المصطلحات التي تستعمل في عملية القياس، مع ذكر الجوانب المنهجية المتبعة في عملية قياس الرأي العام. لنخصص الجزء الأطول من المحاضرة لشرح مفصل لطرق قياس الرأي العام مثل طريقة المشاهدة العلمية وطريقة المقابلة العلمية وطريقة الاستقصاء أو الاستفتاء ثم طريقة تحليل

مقدمة:

تُعتبر الاستطلاعات الميدانية، والمقابلات الشخصية، والاستبيانات الورقية أو الهاتفية، إضافةً إلى تحليل المضمون الإعلامي من أبرز الوسائل التي استخدمت في قياس الرأي العام دون الاستعانة بالتقنيات الحديثة أو أدوات الذكاء الاصطناعي. وتتميز هذه الأساليب بقدرتها على توفير فهم نوعي وكمّي معمق لاتجاهات الأفراد، وإن كانت تعاني أحياناً من بعض القيود، مثل محدودية حجم العينة، وصعوبة الوصول إلى فئات معينة من الجمهور، فضلاً عن التأثيرات المحتملة لطريقة طرح الأسئلة أو البيئة الاجتماعية والثقافية المحيطة.

إنّ قياس الرأي العام بوسائل تقليدية يظل عملية تفاعلية وإنسانية بامتياز تعتمد على مهارة الباحث في بناء الأدوات البحثية، وصياغة الأسئلة، وضبط العينة، وتحليل النتائج وفق أسس منهجية دقيقة. كما يتطلب ذلك فهماً عميقاً للعوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام، مثل وسائل الإعلام، والانتماءات الاجتماعية والسياسية، والظروف الاقتصادية، والمستوى التعليمي، مما يجعل من عملية القياس التقليدي علماً وفناً في آنٍ واحد.

أولاً: تعريف قياس الرأي العام:

يُقصد بقياس الرأي العام أو استطلاعاه أو استفتائه الوقوف على اتجاهات الرأي العام إزاء قضية ما يدور حولها الجدل والنقاش وذات صلة بمصالح المواطنين. (خورشيد، 2012، ص 209)

وقد ظهرت بحوث الرأي العام وقياسه في المجتمعات الغربية المتقدمة منذ أكثر من نصف قرن، ومرت خلال تطورها بعدة مراحل، توصلت إلى مناهج وأدوات وأساليب خاصة بها، وموثيق أخلاقية تحكم عملها وتضبط أداءها بدءاً من اختيار موضوع القياس حتى نشر نتائجه (خورشيد، 2012، ص213).

تكمن أهمية قياس الرأي العام 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 من طرف المسؤول على اتخاذ القرار.

إلا أن هناك إشكالية علمية تتمثل بمدى تمثيل الرأي العام لرأي الأفراد المكونين له، إذ لاحظ العديد من العلماء أن الرأي العام قد لا يكون بالضرورة هو رأي الأفراد المكونين له مما يجعل الجماعة تتصرف بطريقة لا يمكن أن يتصرف بها أي فرد من الجماعة إن كان بمفرده (العكش، 1986، ص214).

ثانياً: مصطلحات قياسات الرأي العام:

✓ **مجتمع البحث:** هو المجتمع الذي تجري عليه استطلاعات الرأي العام ويخضع لإجراءات قياس الرأي العام.

✓ **الباحث:** هو الشخص الذي يجري عملية قياس الرأي العام.

✓ **المبحوث:** هو الفرد الخاضع لعملية قياس الرأي العام أما بالاستفتاء أو المسح أو تحليل المضمون.

✓ **مشكلة البحث (أو الظاهرة):** هي المشكلة أو الموضوع أو الظاهرة التي تخضع للبحث والقياس.

ثالثاً: الجوانب المنهجية في قياسات الرأي العام:

1: أنواع البحوث:

تنقسم بحوث الرأي العام إلى ثلاثة أقسام حسب الدكتور سمير محمد حسين:

1:1: بحوث استطلاعية: تركز على اكتشاف الظواهر والوصول إلى بعض المعلومات عنها.

2:1: بحوث وصفية (أو تسمى تشخيصية): وهي التي تركز على وصف طبيعة مجتمع معين أو موقف

ما أو جماعة من الجماعات أو فرد معين ووصف سماته وخصائصه العامة.

1:3_ بحوث اختيار العلاقات السببية بين المتغيرات أو الفروض: وهي التي تركز على اختيار الفروض السببية بين متغير أو مجموعة من المتغيرات المؤثرة في حدوث الظاهرة التي تخضع للدراسة (خورشيد، 2012، ص216).

2: المناهج العلمية:

أما المناهج المستخدمة في بحوث الرأي العام فمن أهمها:

- منهج الدراسات المسحية.
- منهج دراسات العلاقات المتبادلة.
- منهج الدراسات التتابعية أو التطورية.
- المنهج التجريبي.
- المنهج التاريخي.
- المنهج المقارن.

3: مجالات البحوث:

- 1- البحوث الميدانية.
- 2- البحوث المكتبية أو الوثائقية.
- 3- البحوث المعملية (التجريبية).

رابعاً: مسح الرأي العام وبحثه:

يهدف مسح الرأي العام إلى التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والأنماط والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح.

خامساً: معايير تحديد حجم الجمهور ونوعيته:

- 1_ معيار يتعلق بالنطاق الجغرافي للجمهور لتحديد نوعية المسح إن كان شاملاً أو جزئياً.

2_ معيار نوعية الجمهور المستهدف إما أن يكون عاما أو خاصا.

3_ معيار الأسلوب الإحصائي، فهو إما مسح كل مجتمع البحث أو تحديد عينة بطريقة منهجية علمية لتمثل مجتمع البحث (عاقل، 1989، ص217).

سادسا: البيانات والمعلومات في بحوث الرأي العام:

تنقسم البيانات والمعلومات في بحوث الرأي العام إلى نوعين:

4:1_ بيانات ثانوية أو مرجعية: يُقصد بها مجموعة البيانات الأساسية السابق تجميعها يقوم الباحث بدراستها وفحصها وهي تتوافر إما في الكتب أو الدوريات أو المجالات العلمية.

4:2_ بيانات أولية: فهي التي يقوم الباحث بنفسه بجمعها مباشرة ولأول مرة من مجتمع البحث أو من العينة وذلك باستخدام الملاحظة أو المقابلة أو الاستقصاء أو تحليل المضمون أو التجربة العلمية (خضر، 1981، ص218).

سابعا: طرق قياس الرأي العام:

يلجأ الباحث في مجال الرأي العام إلى أحد هذه الطرق:

7:1_ طريقة الملاحظة أو المشاهدة العلمية:

○ وسيلة الملاحظة: تستخدم 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 من خلال تصرفاتهم السلوكية(تيزيني، 1989، ص218).

7:2_ طريقة المقابلة العلمية:

○ وسيلة المقابلة: تستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية، وتعني التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة، وبين الشخص أو الأشخاص المطلوبة معرفة لآرائهم.

○ طريقة الاستقصاء أو الاستفتاء:

أداة الاستفتاء: استمارة استبيان أو استمارة استبانة كما تُعرف في بعض الحالات.

7:3_ طريقة تحليل المضمون:

تستخدم هذه الطريقة عادة في قياس الرأي العام العالمي، حيث تهتم الحكومات بالوقوف على اتجاهات الرأي العام العالمي، حتى تسير سياستها الداخلية والخارجية. ويقوم هذا النوع من التحليل على دراسة وتحليل وقياس اتجاهات الرأي العام بتحليل اتجاهات الصحافة العالمية وأجهزة الإعلام المختلفة ووسائل الاتصال الجماهيري المختلفة (محمد حسين، 1983، ص222).

محاضرة السابعة: الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام

من خلال هذه المحاضرة سيتم شرح النقاط التالية:

- مفهوم الملاحظة العلمية، شروط الملاحظة الجيدة في بحوث الرأي العام، أنواعها، مزاياها

مقدمة:

الملاحظة العلمية تمثل طريقة منهجية يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محددة للكشف عن تفاصيل الظواهر ولمعرفة العلاقات التي تربط عناصرها، وتعتمد الملاحظة على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها أو الاستعانة بالآلات السمعية البصرية.

أولاً: مفهوم الملاحظة العلمية:

إن الملاحظة كلمة مشتقة من الفعل الثلاثي لحظ، وهي تعني في اللغة العربية النظر إلى الشيء، ويقابلها في اللغة الفرنسية كمصطلح "Observation"

أما الملاحظة في البحث العلمي، فهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومنه التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية (محمد الحسن، 1982، ص104). والملاحظة المنهجية تؤدي إلى الكشف عن دقائق الظواهر المدروسة وعن العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى.

فهي عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة أو توجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته (الضامن، 2007، ص217).

كما تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب، في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة. (بن مرسل، 2010، ص204)

كما تعرف الملاحظة العلمية على أنها: المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة (أبراش، 1999، ص 261).

ثانيا: شروط الملاحظة الجيدة في بحوث الرأي العام:

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في استطلاعات الرأي العام إذا توافرت لها عدة شروط:

- أن يكون غرض بحثي عميق وليس لمجرد الفضول أو استطلاع غير هادف.
- أن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلًا دقيقًا.
- أن تخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها.
- يجب أن تكون الملاحظة شاملة كاملة.
- يشترط أن يكون الملاحظ سليم الحواس خاليا من المعوقات الخلقية كالعمى والصمم (مصطفى، 2014، ص 92).
- الغياب عن بعض الأحداث إذ من الممكن أن يحدث العديد من الأحداث في نفس الوقت، وبالتالي تصعب مشاهدتها كلها.
- نظرا لكون الباحث هو نفسه الذي يقوم بإجراء الملاحظة فان كل مسؤولية البحث تقع على عاتقه وليس هناك أحد يتولى تصحيح أخطاءه. (أنجريس، 2006، ص ص 195، 196).
- إن الفعل أو السلوك المشاهد قد لا يعبر عن النوايا والمقاصد الباطنية للمبحوثين.
- قد تدخّل آراء الباحث الخاصة في تفسير الموضوع الملاحظ.
- إن الملاحظة بالمشاركة قد تتعارض مع القوانين والأعراف المتبعة (عبدالغاني، 2008، ص 72).

ثالثا: أنواع الملاحظة:

من بين هذه الأنواع نذكر التالي:

1:3: الملاحظة البسيطة غير المقصودة (العفوية): ويسمىها البعض الملاحظة الفجة، وهي التي يقوم بها الإنسان في ظروف الحياة العادية، أي في حياته اليومية، فيلاحظ الظواهر الاجتماعية، وسلوك الأفراد

دون التقيد بمخطط مسبق أو السعي لتحقيق هدف معين، أو تفسير الظواهر التي شاهدها (أبراش، 1999، ص263). وتعتبر هذه الملاحظة تمهيدا للملاحظة العلمية المقتنة.

3:2: الملاحظة العلمية أو الموجهة أو المقصودة (المنظمة): وهي الملاحظة المنهجية التي يخطط لها الباحث مسبقا ويضع لها قواعد وضوابط ويهدف من خلالها الغوص في كنه الظاهرة واكتشاف قوانينها، والبحث عن العلاقات الخفية التي توجد بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى (الساعاتي، 1982، ص132).

وهي نوع الملاحظة المنهجية التي يقوم بها الباحث بدقة مستهدفا الكشف عن تفاصيل الظواهر، والعلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها، أو بينها وبين الظواهر الأخرى (محمد حسين، 1996، ص43).

3:3: الملاحظة البسيطة: ومن خلالها يلاحظ الباحث بعض الظواهر المفترضة سلفا، والهدف منها جمع وتصنيف وتحليل الحقائق والمعلومات التي يجمعها الباحث من الحقل الاجتماعي بعد فحصه وملاحظته وتحليل جوانبه المختلفة. من المهم جدا في هذا المجال ألا يقحم الباحث أهواءه ونزعاته وتحيزه في الأشياء التي يلاحظها أو يستنتجها أو يتوقعها من خلال احتكاكه بالظاهرة المدروسة لأن اعتماد معطيات مشوهة ومشكوك بصحتها تنتج بحثا غير علمي ولا يتطابق مع الحقيقة والواقع (عبد الغاني، 2008، ص70).

أهم أساليب الملاحظة البسيطة:

أ: الملاحظة بالمشاركة: هي مصدر ظهور الأشكال الأخرى للملاحظة في عين المكان. إنها تتطلب الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة، مع مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع (أنجرس، 2006، ص185). وفي هذا النوع يشترك الباحث مع المجموعة المطلوب ملاحظاتها فيما يقومون به من أعمال وأنشطة دون أن يدرك أفراد المجموعة ذلك لفترة مؤقتة وهي فترة الملاحظة (عوض صابر، 2002، ص144). يفيد هذا النوع من الملاحظة في مجال رصد الشائعات وتمكن الباحث من أن يحيا وسط الناس الذين يرغب في ملاحظتهم.

ب: الملاحظة بدون المشاركة: وتقوم على مجرد ملاحظة الباحث للظاهرة دون أن يشارك في أعمالها، كأن يحضر الباحث مناقشة لإحدى اللجان البرلمانية فيسمع ويلاحظ ويدون ملاحظاته دون أن يشارك في

أعمال هذه اللجان، أو أن يدرس الباحث ظاهرة التسول من خلال مراقبة المتسولين وملاحظة أساليبهم في التسول (عبد الفتاح حسن، 1978، ص 87).

ج: الملاحظة المنظمة: تخضع الملاحظة المنظمة إلى الضبط العلمي، سواء كان ذلك بالنسبة للقائم بالملاحظة أو بالنسبة للأفراد الملاحظين أو بالنسبة للموقف الذي يُراد ملاحظته. وتقتصر على المواقف الطبيعية بالنسبة لأفراد البحث وذلك بنزول الباحث نفسه إلى منطقة البحث حيث توجد الظاهرة التي يود الباحث دراستها وتحليلها، فكلما كان الموقف طبيعياً كانت نتائج الدراسة أدق، وقد يلجأ الباحث إلى تكرار ملاحظته بشكل دوري في هذا النوع من الملاحظة، وقد تتطلب استخدام الصور الفوتوغرافية والخرائط واستمارات البحث والتسجيل التلفزيوني والصوتي من خلال هذه الوسائل وغيرها تستطيع طريقة الملاحظة المنظمة دراسة فعاليات ونشاطات الجماعات الصغيرة دراسة علمية تعتمد على تصنيف النشاطات إلى فئات سلوكية مختلفة (عبد الغاني، 2008، ص ص 71، 72).

2- الملاحظة المقننة: من أهم الوسائل المستخدمة في الملاحظة المقننة والتي لا تصلح لرصد الشائعات وإنما لقياس التأثيرات.

رابعاً: مزايا الملاحظة في بحوث الرأي العام:

- تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة.
- دقة المعلومات بسبب ملاحظة الظواهر في ظروفها الطبيعية.
- أسلوب الملاحظة، الأسلوب الأكثر أهمية في حال عدم التمكن من استخدام أسلوب المقابلة والاستبيان لجمع المعلومات.
- دقة التسجيل بسبب إجرائه أثناء فترة الملاحظة.
- تسمح بالتعرف على بعض الظواهر أو الحوادث التي قد لا يفكر الباحث أو المبحوث بأهميتها إذا ما تم استخدام الاستبيان أو المقابلة.
- يمكن إجراء الملاحظة على عدد قليل من المفحوصين (دويدي، 2000، ص 322).
- تكشف على الخصائص الجوهرية للظاهرة الاجتماعية المدروسة بما يكون صورة واضحة حولها.
- الملاحظة أقرب إلى الصحة وأكثر اعتماداً على الاستدلال لما تتميز به من دقة.

- تمكن البحث من رؤية المبحوث والاستماع إليه كما تمكنه من مشاهدة الأفعال والسلوكيات وملاحظة التفاعلات والانفعالات والمقاصد في وسطها الطبيعي.
- تعطي للباحث فرصة التأكد من الأشياء الممكن مشاهدتها وتساعده على التعرف على مشاكل المبحوثين.
- أنها وسيلة لاختبار إجابات المبحوثين التي أدلو بها عن طريق الاستبيان أو استمارة المقابلة (بدر، 2017، ص64).

خامسا: عيوب الملاحظة في بحوث الرأي العام:

- يغير الملاحظون سلوكهم إذا ما شعروا بإجراء الملاحظة.
- قد تستغرق الملاحظة وقتا طويلا وجهدا وتكلفة مرتفعة من الباحث.
- قد يحدث تحيز من الباحث، إما بسبب تأثره بالأفراد أو عدم نجاحه في تفسير ظاهرة ما.
- صعوبة التنبؤ مقدما بوقوع حادث معين.
- يصعب تمثيل العينة التي تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله.
- يندر أن تخلو الملاحظة من التحيز.
- النتائج التي تصل إليها الملاحظة يغلب عليها الطابع الشخصي (مصطفى، 2014، ص91).
- صعوبة ملاحظة كل أفراد مجتمع البحث في وقت واحد.
- في حالة عدم الملاحظة بشكل مستمر، يؤدي هذا غياب الانسجام المنطقي وتقويت فرص ملاحظة بعض الظواهر المهمة.
- في أسلوب الملاحظة بالمشاركة، قد تحدث علاقات صداقة أو تعاطف أو غيرها، تحرف الملاحظ عن التفسير العلمي للظاهرة (ذياب، 1989، ص76).

محاضرة الثامنة: المقابلة واستخداماتها في بحوث الرأي العام

من خلال هذه المحاضرة سيتم شرح النقاط التالية:

- مفهوم المقابلة، مبادئها الأساسية، أنواعها، متطلباتها وشروطها، مزاياها وعيوبها.

مقدمة:

تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، في إطار انجازه للبحث، والمقابلة لغة مشتقة من الفعل قابل، بمعنى واجه، وهي بذلك تعني المواجهة.

أولاً: مفهوم المقابلة:

المقابلة هي عبارة عن استبيان شفوي، فبدلاً من أن يكتب المستجيب استجاباته فإنه يتحدث بها شفويًا ووجهًا لوجه، والقائم على المقابلة إذا كان لديه المهارة الكافية في إجراء المقابلة فإنه يحصل على معلومات كثيرة من الطرف الآخر. وقد يحصل على معلومات أكثر من وسيلة أخرى، بسبب أن الناس يرغبون بشكل عام في الكلام أكثر من الكتابة (الضامن، 2007، ص 99).

تُعدُّ المقابلة إحدى الأدوات المعتمد عليها في الدراسات الميدانية فهي استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث اكتساب معلومات بطريقة شفوية مباشرة مع المفحوص (ربحي، 2000، ص 102. أي محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة، أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة (دويدي، 2000، ص 323).

وهي أكثر الوسائل استخداماً في جمع البيانات في كثير من العلوم الإنسانية نظرًا لمميزاتها ومرونتها. كما أنها احتكاك مباشر بين الباحث ومحادثيه (كيفي، 1988، ص 229).

المقابلة بصورة عامة: هي قيام الباحث بزيارة المبحوثين في بيوتهم أو أماكن عملهم أو تواجدهم من أجل الحصول منهم على معلومات يعتقد الباحث أن المبحوثين يتوفرون عليها (أنصار، 1992، ص 98).

ثانيا: المبادئ الأساسية في المقابلة:

1:2: ضبط المقابلة: ويتم ذلك بإتباع الخطوات التالية:

- تحديد العينة، أي الأشخاص الذين ستجرى معهم المقابلة.
- تحديد وتهيئة الأسئلة التي ستوجه للمبحوث.
- تحديد موعد المقابلة قبل القيام بها، ويراعى عند اختيار الموعد، مناسبته لوقت المبحوث، وأن لا يفرض عليه فرضا.
- شرح الغرض من المقابلة للمبحوث (أبراش، 1999، ص266).

2:2: علاقة الباحث بالمبحوث: وهذه تتضمن أيضا:

- أن يحسن الباحث اختيار لباسه وأسلوب تصرفه من المبحوثين بما يتوافق مع نفسياتهم.
- أن لا يتكلف الباحث في حديثه، وأن يستخدم أسلوبا عاديا، ولكن بلغة سليمة مفهومة عند المبحوث.
- أن يتجنب الموضوعات التي تخرج المبحوث، أو التي لا علاقة لها بالغرض من المقابلة.
- أن يتجنب إجهاد المبحوث، ويتوقف عندما يشعر بعدم التجاوب بينه وبين المبحوث (الصبان، 1981، ص213).
- أن يصرح الباحث للمبحوث أن كل ما يدلي به من معلومات سيبقى طي الكتمان.

3:2: توجيه الأسئلة وإدارة الحوار: ويندرج تحت هذا البند:

- أن يظهر الباحث موافقته على ما يقوله المبحوث، وأن لا يشكك في معلوماته.
- أن يشعر الباحث، المبحوث، أن له مطلق الحرية في الإجابة على الأسئلة أو عدم الإجابة.
- أن يبتعد الباحث عن توجيه النصح أو إظهار نفسه كصاحب نفوذ أو سلطة.
- أن يتجنب الأسئلة المباشرة، وأن يجعل السؤال في صيغة استفهام.
- أن يتجنب الباحث الأسئلة الإيحائية، وأن لا يظهر انحيازه لوجهة نظر معينة (يفوت، 1982، ص78).

ثالثا: أنواع المقابلة:

3:1_ **المقابلة الفردية والمقابلة الجماعية:** وتجرى المقابلة في النوع الأول مع شخص واحد، وهي تتيح للمفحوص الحرية في إبداء الرأي والتعبير بصدق عما يريد أن يقول فلا يشعر بالإحراج لوجود أشخاص آخرين معه. أما **المقابلة الجماعية**، فهي التي تحدث مع مجموعة من الأشخاص حول نفس الموضوع.

3:2_ **المقابلة الرسمية أو المقتنة:** وفيها تعد مسبقا الموضوعات والأسئلة التي ستناقش ونفس الأسئلة توجه بنفس الطريقة، ولنفس المفحوصين.

3:3_ **المقابلة غير الرسمية أو غير المقتنة:** وهي مفتوحة، ومرنة، ولا تعتمد طرح أسئلة محددة، بل يدور فيها الحديث على شكل نقاش ودي، وتعديل الأسئلة بما يتناسب مع الموقف ومع شخص المفحوص.

يمكن تقسيم أنواع المقابلة إلى:

- **المقابلة الحرة:** تدعو المستجوب أن يجيب بكلماته وأسلوبه الخاص عن سؤال عام يتصف بالغموض.
- **المقابلة نصف الموجهة:** يكون فيها الباحث على علم مسبق بشيء من الموضوع ويريد أن يستوضح من المبحوث.
- **المقابلة الموجهة:** وهي مجموعة من الأسئلة المفتوحة، والمقتنة والمطروحة وفق ترتيب معد مسبقا على جميع المستجوبين (أبراش، 1999، ص ص 268، 269).

رابعا: متطلبات المقابلة وشروطها:

هناك مجموعة من المتطلبات الأساسية للقيام بمقابلة ناجحة، وهي كالاتي:

- ✓ درجة توافر المعلومات لدى المستجيب.
- ✓ فهم المستجيب لما هو مطلوب منه (الإدراك).
- ✓ الدافعية عند المستجيب للإجابة على الأسئلة التي توجه إليه.
- ✓ أن يعي المقابل دوره، وكيف بإمكانه بناء علاقة مع المستجيب (الضامن، 2007، ص 99).

هناك العديد من الأمور الهامة التي يتوجب على الباحث في استطلاعات الرأي العام مراعاتها عند التحضير للمقابلة وفي أثناء إجراء المقابلة نفسها. وعليه فانه يتوجب على الباحث مراعاة الأمور التالية: (عبيدات، 1999، ص57)

- ✓ تدريب الأشخاص المكلفين بإجراء المقابلة والتأكد من كفاءتهم للقيام بذلك.
- ✓ التدريب المسبق للمقابلة.
- ✓ تحديد مكان المقابلة.
- ✓ يجب أن يتناسب مظهر الباحث وهندامه مع المستجوبين لأن عدم التناسب يولد نوعا من عدم الألفة بين الطرفين.
- ✓ خلق جو ودي بين الباحث والمبحوث.
- ✓ مراعاة قواعد وأسس طرح الأسئلة على المستجيب في أثناء المقابلة كان طرح الأسئلة بشكل غير متحيز، وأن تكون الأسئلة مفهومة لدى المستجوب مع تفادي طرح الأسئلة الدقيقة والشخصية في بداية المقابلة ومحاولة تأخيرها إلى نهاية المقابلة حتى يشعر الباحث ببداية انسجام المبحوث وتجاوبه مع الأسئلة المطروحة، وأن يظهر الباحث للمبحوث الاهتمام بإجاباته ومتابعتها.
- ✓ أن لا يترك للمبحوث عملية إدارة المقابلة والسيطرة على مجرياتها.
- ✓ اختيار الطريقة المناسبة لتسجيل إجابات المبحوث.

خامسا: مزايا المقابلة (الضامن، 2007، ص106):

- تُعد أنسب أسلوب لتجميع البيانات من الأشخاص الأميين.
- تعطي المقابلة فرصة أكبر للقائم عليها للكشف عن جوانب وجدانية عديدة.
- تفيد المقابلة إلى حد كبير في تشخيص ومعالجة المشكلات الإنسانية.
- تسعى المقابلة إلى جعل المبحوثين يتحدثون بطلاقة وبعمق.
- تسمح بإقامة علاقة حميمية وودية بين الباحث والمبحوث.
- توفر مادة غنية من حيث المعاني والدلالات (أنجرس، 2006، ص198).
- إنها أداة مناسبة في جمع البيانات من المجتمعات التي تكثر فيها الأمية.
- تساعد الباحث على الحصول على صورة واضحة حول المبحوثين ومدى اهتمامهم بالموضوع وردود أفعالهم (مصباح، 2010، ص145).

سادسا: عيوب المقابلة:

- تكلفتها مرتفعة بالمقارنة مع الاستبيانات خاصة إذا كانت الأماكن متفرقة، كما أنها تحتاج إلى وقت طويل لإتمامها.
- قد يحجم بعض المستجيبين عن الكلام نتيجة إحساسهم بأن اسمه أصبح معروفا.
- نجاح المقابلة يحتاج لرغبة المستجيب في التعاون.
- تتطلب جهدا ومالا ووقتا أكثر من الأدوات الأخرى (حامد، 2003، ص146).
- قد يشعر الباحث من خلالها ببعض الخجل أو الحساسية إزاء بعض الموضوعات التي تُطرح في المقابلة.
- تُشعر المبحوث بأنه معروف لدى الباحث مما قد يدفعه إلى التصنع أو الإدلاء بمعلومات خاطئة.
- المقابلة لا تُغطي شريحة كبيرة من مجتمع الدراسة بسبب الوقت والتكاليف.
- صعوبة التقنين خاصة في حالة المقابلة المفتوحة والتي لا يمكن من خلالها تدوين جميع التفاصيل والمعلومات التي تظهر أمام المقابل (عبد الغاني، 2008، ص75).

محاضرة التاسعة: الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام

من خلال هذه المحاضرة سيتم شرح النقاط التالية:

- مفهوم الاستبيان، كيفية كتابته، مراحل إعدادة، أنواعه، شروطه، أهميته في بحوث الرأي العام، طرقه، خصائص، مزاياه وعيوبه.

مقدمة:

يُعدّ الاستبيان من أكثر أدوات البحث العلمي استخداماً في مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتربوية والإدارية، لما يتميز به من قدرة على جمع معلومات دقيقة وواسعة من عدد كبير من الأفراد في وقت قصير وجهد محدود نسبياً. فهو وسيلة منهجية تهدف إلى استقصاء آراء المبحوثين ومواقفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم تجاه قضية أو ظاهرة معينة، من خلال مجموعة من الأسئلة التي تُصاغ بعناية وفق أهداف الدراسة ومشكلتها.

يُعتبر الاستبيان أداة أساسية في عملية البحث الميداني، إذ يُمكن الباحث من الحصول على بيانات كمية أو نوعية تُسهّم في تحليل الظواهر الاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية بشكل علمي. كما يتيح للمبحوثين فرصة التعبير عن آرائهم بحرية ودون ضغوط، مما يساعد على الوصول إلى نتائج أكثر واقعية وموضوعية. وقد اكتسبت هذه الأداة أهمية متزايدة مع تطور مناهج البحث العلمي واتساع نطاق الدراسات الميدانية التي تعتمد على مشاركة الجمهور الواسع في إنتاج المعرفة.

أولاً: تعريف الاستبيان:

هناك عدة تعاريف للاستبيان نذكر منها:

أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبيرة التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.

في البحث العلمي، فإن الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات

تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة (محمد حسين، 1996، ص29).

يُعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث (بن مرسل، 2010، ص220).

- يُعرف على أنه: وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب.

- وهو أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.

_ تُعتبر استمارة الاستبيان تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية (أنجس، 2006، ص205).

فمصطلح الاستلانة يشير إلى أداة لجمع البيانات، وهي عبارة عن استمارة بحث ويعرفها فاخر عاقل أنها: "أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي، وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، وضم عددا من الأسئلة يطلب من المبحوث أن يجيب عنها بنفسه، وفي بعض الأحيان ترسل هذه الأسئلة عن طريق البريد وتسمى في هذه الحالة بالاستلانة البريدية".

كما تعرف الاستلانة أنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها لهم باليد تمهيدا للحصول على أجوبة من الأسئلة الواردة فيها (بوحوش، 2019، ص17).

الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. وعرفت أيضا على أنها: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب (أبراش، 1999، ص87).

ثانيا: كتابة الاستبيان:

هناك عدة نقاط يتم مراعاتها في عملية الإخراج:

- ✓ كتابة عنوان البحث في أعلى الصفحة.
- ✓ وضع مقدمة مختصرة لموضوع البحث وأهدافه.
- ✓ ترتيب الأسئلة في كل صفحة بطريقة تسمح للإجابة المناسبة.
- ✓ أن يكون الاستبيان قصيرا قدر الإمكان.
- ✓ أن تكون تعليمات ملئ الاستبيان واضحة وموجزة.
- ✓ أن يكون نوع الورق جيدا وأن تكون الكتابة على وجه واحد فقط من الورقة.
- ✓ يجب توزيع الأسئلة إلى مجموعات تحمل عناوين واضحة.
- ✓ يجب شكر المجيب على تعاونه مع الباحث.

ثالثا: مراحل إنجاز وإعداد الاستبيان (أنجرس، 2006، ص198):

- **المرحلة الأولى:** وتتمثل تلك المرحلة في اختيار نوعية الاستبيان سواء بشكل مغلق أو مفتوح أو متنوع، ويتوقف الاختيار على نوعية المعلومات التي يود الباحث العلمي جمعها، فهناك بعض الأبحاث تتطلب الدراسة بصورة متعمقة مثل الأبحاث المتعلقة بسلوكيات مجموعة من الأفراد، لذا فمن المفضل استخدام الاستبيان غير المحدد (الاستبيان المفتوح)، وهناك البعض الآخر لا يتطلب سوى التعرف على معلومات بسيطة من المبحوثين، ويمكن في تلك الحالة استخدام الاستبيان المحدد (الاستبيان المغلق)، وهناك من بعض الأبحاث التي تتطلب استخدام النوعين، والباحث العلمي هو الأقدر على تحديد متطلباته، وأي نوع من أدوات البحث العلمي يلزمه.
- **المرحلة الثانية:** وهي تتعلق بتصميم استمارة الاستبيان، من خلال صياغة الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث العلمي، ويجب أن تكون واضحة، وذات أسلوب سلس كي يفهمها أفراد عينة الدراسة، مع أهمية استخدام الأسلوب المهذب في طرح الأسئلة، مثل: برجاء الإجابة عن الأسئلة، وفي النهاية شكراً عن استجابتكم... إلى ما غير ذلك من أساليب إنشائية راقية تحفز المستجيبين وتدفعهم نحو الإجابة عن الأسئلة المطروحة بصدق.
- **المرحلة الثالثة:** وتلك المرحلة عبارة عن اختيار العينة، وطريقة اختيار حجم العينة تتوقف على المعلومات التي يرغب الباحث العلمي في جمعها، وهل تحتاج إلى تعمق ودراسة موسعة أم لا.

- **المرحلة الرابعة:** وتُعد تلك المرحلة على درجة كبيرة من الأهمية، وتتمثل في تجربة الاستبيان على المستجيبين كمرحلة سابقة على الطرح النهائي للاستبيان، والهدف من ذلك هو التعرف على مدى وجود انحرافات في الأسئلة الموجودة بالاستبيان، وفي حالة ما إذا أثبتت التجربة، فوجود ذلك يجب أن يقوم الباحث العلمي بتعديل الأسئلة، للتأكد من فائدتها في الحصول على المعلومات، وكذلك يمكن أيضاً عرض الاستبيان على خبراء أو مكتب بحث علمي من أجل التعرف على مدى إيجابيته من عدمها.
- **المرحلة الخامسة:** وهي مرحلة طرح استمارة الاستبيان على المستجيبين، ويمكن ذلك من خلال اللقاء المباشر بعينة الدراسة، أو عن طريق إرسال الاستبيان بالبريد في حالة كون المبحوثين في مناطق بعيدة عن الباحث العلمي، وفي الوقت الحالي، وفي ظل التطور التكنولوجي والتوسع في استخدام الحواسب الآلية، يمكن طرح الاستبيان من خلال المواقع الإلكترونية عن طريق إنشاء موقع إلكتروني أو استجاره لوقت محدد، وكذلك يمكن استخدام آلية ذات تكلفة بسيطة مثل نشر الاستبيان على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إنشاء جروب على الفيسبوك مثلاً لأعضاء العينة، وبعد الانتهاء من الإجابة عن الاستبيان يتم إرساله إلى الباحث العلمي على البريد الإلكتروني.

رابعاً: أنواع الاستبيان:

يمكن تقسيم الاستبيان إلى الأنواع التالية (دويدي، 2000، ص334):

يمكن للباحث أن يستخدم في مجال الاستبيان أنواعاً مختلفة من الأسئلة، ويعتمد ذلك على طبيعة الدراسة، وإمكانات الباحث، ومهارته في منهج البحث، وعينة الدراسة. وبشكل عام تقسم الأسئلة إلى:

4:1: الاستبيان المقيد (المغلق، المقنن، المحدد، ذو الأسئلة المفتوحة):

الاستبيان المقنن هو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة الدقيقة، والتي يضعها الباحث بعناية كبيرة، للحصول على معلومات في غاية الدقة، حيث تجري الإجابة عليها وفق الصيغة التي قدمت فيها، وعادة ما يستخدم الباحث في هذا النوع من الاستبيان الأسئلة المغلقة، التي يقوم فيها المبحوث - فقط - باختيار إجابة واحدة أو أكثر من ذلك من الإجابات البديلة (أباضي، 1989، ص223).

الاستبيان المقيد هو الذي يكتب فيه تحت كل سؤال عدد من الإجابات، وعلى المجيب أن يختار أحدها أو بعضها، ويمتاز هذا النوع من الأسئلة بالميزات الإيجابية التالية:

- الإجابات محددة وموحدة مما يمكن الباحث من أن يقارن بسهولة.

- سهولة عملية تصنيف وتبويب وتحليل الإجابات، مما يؤدي إلى التقليل من الكلفة المالية وكذا يوفر الوقت على الباحث.

- وضوح المعاني والدلالات، وتقليل الحيرة الغموض لدى المستجيب.

- اكتمال الإجابات نسبياً، والحد من بعض الإجابات غير المناسبة.

- سهولة التعامل مع الأسئلة التي تحتوي إجاباتها على أرقام مثل العمر والدخل.

- ارتفاع نسبة الردود على الاستبيان.

أما عيوب هذا النوع، فيعاب على الأسئلة المغلقة أنها تقيد المبحوث في إجابات محددة مسبقاً، كما أن الباحث قد يغفل بعض الإجابات أو الخيارات أحياناً، وهنا ينبغي أن يضع خياراً أخيراً من نوع: (غير ذلك: أرجو التحديد)

4:2: الاستبيان المفتوح (غير المحدد، ذو الأسئلة المفتوحة، غير المقتن):

الاستبيان غير المقتن هو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية لأهم القضايا المبحوثة، باستخدام الأسئلة المبحوثة، التي يشير من خلالها الباحث إلى النقاط المطروحة أمام المبحوث، ليفسح له المجال بالتكلم، قصد الحصول على أكبر قدر من المعلومات، كما يمكن له التدخل بين الحين والآخر أثناء هذا الحديث بأسئلة إضافية مكملة، لتوجيه الحوار نحو أهدافه النهائية (بدري، 1979، ص224).

وهنا يكون للمجيب مطلق الحرية في الإجابة على الأسئلة وفي هذه الحالة قد تأتي الإجابات متنوعة تنوعاً واسعاً.

إن هنا تكون الحرية في الإجابة على الأسئلة متروكة للمبحوث، بطريقته ولغته وأسلوبه الخاص الذي يراه مناسباً. ويكون استخدام هذا النوع من الأسئلة عندما لا يكون لدى الباحث معلومات موسعة وتفصيلية ومعقدة حول الظاهرة المدروسة أو المشكلة. وهذا النوع من الأسئلة يمتاز بأنه لا يقيد المبحوث بأجوبة محددة، بل تكون له الحرية في كتابة ما يراه مناسباً من المعلومات.

أما عيوب الأسئلة المفتوحة، فإنه قد يجيب المبحوث على السؤال بطريقة مختلفة إذا لم يفهمه، كما أن هناك صعوبة في تصنيف الإجابات وتحليلها من قبل الباحث.

4:3: الاستبيان المقيد المفتوح (الأسئلة المغلقة المفتوحة):

وهذا النوع من الاستبيان يجمع بين النوعين السابقين فيختار الإجابة الملائمة ويعلق عليها حسب ما يبدو له من آراء.

إذن، يطرح الباحث في البداية سؤالاً مغلقاً، أي يحدد فيه الإجابة المطلوبة وقيّد المبحوث باختيار الإجابة، وبعد ذلك يتبعه بسؤال مفتوح يطلب فيه الإجابة، وبعد ذلك يتبعه بسؤال مفتوح يطلب فيه من المبحوث توضيح أسباب اختياره للإجابة العينة، ويمتاز هذا النوع بأنه يجمع بين الاستبيان المقيد والاستبيان المفتوح.

4:4: الاستبيان بالصور:

ويستخدم الباحث العلمي في هذا النوع من الاستبيانات مجموعة من الصور كإجابة عن الأسئلة المطروحة، ويحتاج الباحث لذلك النوع في حالة كون مجموعة المستجيبين غير مؤهلين علمياً، أو عبارة عن مجموعة من الأطفال صغار السن، وتلك الطريقة تعتبر شائعة وجذابة بالنسبة لهم عن الطرق الأخرى.

خامساً: شروط إعداد الاستبيان:

هناك شروط شكلية وأخرى موضوعية يجب توافرها:

أ/ الشروط الشكلية:

تتمثل الشروط الشكلية فيما يلي:

- تقديم الاستبيان في شكل مطبوع طباعة واضحة ولاتئة.
- يجب أن يقسم الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء:
- ✓ **المقدمة** : وتتضمن التعريف بالباحث وأهمية البحث، مع إعطاء ضمانات حول سرية المعلومات.
- ✓ **معلومات وإرشادات** حول تعبئة الاستبيان، وهذا يدرج الباحث عنوانه لكي يستطيع المجيب الاتصال به من أجل الاستفسار.
- ✓ **المتن** : يتضمن الأسئلة الموجهة للمبحوث.

ب/ الشروط الموضوعية:

- يجب صياغة الأسئلة بشكل واضح وبلغة تتناسب مع مستوى المبحوثين.
- تجنب استخدام تعابير ومصطلحات غامضة، أو تحتمل أكثر من تفسير، وفي حالة ورود مثل هذه المصطلحات فعلى الباحث تعريفها لإزالة هذا الغموض.
- أن يكون طول السؤال مناسباً، ويجب تجنب الأسئلة الطويلة التي قد تضلل المبحوث.

- التدرج في طرح الأسئلة من السهلة إلى الصعبة ومن العامة إلى الشخصية أو الخاصة.
- يجب أن يعالج السؤال مشكلة واحدة أو ظاهرة واحدة ويجب تجنب الأسئلة التي تتطرق لأكثر من مشكلة أو موضوع واحد في نفس السؤال (قنديلحي، 2001، ص 87).
- وضوح السؤال وتحديد المطلوب منه بشكل مباشر.
- تجنب الأسئلة الإيحائية.
- تحفيز المبحوث بتوجيه سؤال يثير اهتمامه، ويكون سهلاً ويشجعه على الاهتمام بباقي الأسئلة.
- يجب أن يكون عدد الأسئلة في الاستمارة معقولاً.
- يجب أن تكون الأسئلة متصلة الواحدة بالأخرى اتصالاً نظامياً وعقلانياً يعكس وحدة الموضوع.
- يجب أن لا تتضمن الاستمارة أسئلة محرجة بالنسبة للمبحوث (أبراش، 1999، ص ص 272، 273).
- تستلزم صياغة الأسئلة في الاستمارة الاستبائية التقيد بمجموعة من الشروط العلمية منها:

- أن تبقى الأسئلة متعلقة بموضوع البحث ولا تخرج عن إطاره ومضمونه.
- أن يكون عدد الأسئلة معقولاً ومشجعاً للمبحوث على التعاون مع الباحث.
- يجب أن تخلو الاستمارة من المصطلحات الفنية والمفاهيم المتخصصة.
- أن تكون أسئلة الاستمارة قصيرة مركزة وواضحة.
- أن تكون الأسئلة متسلسلة منطقياً متصلة الواحدة بالأخرى بشكل عقلائي.
- أن تتميز الأسئلة بالحيادية والموضوعية.

سادساً: أهمية الاستبيان:

- قد يكون الاستبيان عنصراً حاسماً في البحث العلمي، فهو يسمح للباحثين بفهم وتحليل آراء الناس واستجاباتهم بشكل مباشر. بفضل هذه الاستبيانات، يمكن للباحثين أن يكتشفوا أنماطاً ونتائج غير متوقعة أو تفاصيل جديدة في الموضوع المدروس. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الاستبيان أداة فعالة لقياس مستوى الارتباط والتأثير بين متغيرين.

توفر أهمية استخدام الاستبيان في البحث العلمي العديد من الفوائد، بمن فيها:

- تمكين الباحثين من جمع البيانات الكمية والنوعية بشكل فعال وفي وقت قصير.
- القدرة على استطلاع آراء عينة واسعة من الأفراد بطريقة منظمة ومنهجية.

- تحليل البيانات المجمعة بسهولة واستخلاص النتائج والاستنتاجات الهامة.
- توفير فرصة للمشاركة الفعالة للأفراد في البحوث العلمية وتعظيم قيمة المشاركة الشخصية.
- تحسين جودة البحوث وزيادة صحة الاستنتاجات من خلال الحصول على معلومات دقيقة وشاملة.
- تحليل البيانات المستخلصة من الاستبيانات (قنديلحي، 2001، ص89).

سابعاً: طرق إرسال الاستبيان:

- يرسل الاستبيان إما باليد أو بواسطة البريد التقليدي أو عن طريق الهاتف أو عن طريق البريد الإلكتروني
- أ- **باليد مباشر:** وتمتاز هذه الطريقة بسهولةها وقلة تكلفتها، وإمكانية الحصول على جميع الاستبيانات الموزعة كاملة، وتوضيح بعض الأسئلة التي قد لا يفهما المبحوث.
- ب- **بواسطة البريد التقليدي:** تمتاز هذه الطريقة بإمكانية تغطية مناطق واسعة ومتباعدة، وعدد كبير من الأفراد بتكلفة قليلة وجهد قليل، كما تعطي هذه الطريقة الفرصة للمبحوث للإجابة على أسئلة الاستبيان في الوقت الذي يريده دون تأثير من الباحث، غير أنه يعاب على هذه الطريقة انخفاض نسبة الردود، وغياب الفرصة لتوضيح بعض الأسئلة التي يمكن أن تكون غير واضحة للمبحوث.
- ج- **عن طريق الهاتف:** تمتاز هذه الطريقة بسهولةها وإمكانية مقابلة أفراد في مناطق مختلفة من العالم، غير أنها مكلفة، وتتطلب وجود الشخص في الوقت المحدد، وتوافر أجهزة لدى الطرفين (مصطفى، 2014، ص91).
- د- **عن طريق البريد الإلكتروني:** هذه الطريقة تسمح بتوزيع الاستبيان إلى أي شخص في العالم عن طريق شبكة الانترنت التي توفر خدمة البريد الإلكتروني، إلا أنها تقتصر على الأفراد الذين لديهم مثل هذه الخدمة، كما أن نسبة الردود قد لا تكون مرتفعة (جمعة صالح، 2001، د ص).

ثامناً: خصائص الاستبيان:

للاستبيان الجيد خصائص أهمها (الضامن، 2007، ص94):

- يتضمن أسئلة ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة.
- لا يهدف للحصول على معلومات يمكن الحصول عليها بوسائل أخرى كالمعلومات التي تحصل عليها عن طريق الملاحظة.
- لا يتضمن أسئلة مفتوحة إلا إذا كان ضرورياً.

- لا يتضمن أسئلة خارج إطار ذاكرة المستجيب.
- يتضمن أسئلة يمكن الإجابة عنها بسهولة وسرعة قدر الإمكان.
- أن يتضمن كل سؤال إجابة واحدة.
- أن لا تثير الأسئلة المطروحة الطرف المستجيب.
- يجب أن يتم إعداد أسئلة الاستبيان بأسلوب واضح ومفهوم.
- الابتعاد عن الأسئلة التي تمس الحياة الخاصة للمستجيبين.
- يجب أن تكون الأسئلة التي يسوقها الباحث العلمي في الاستبيان بعيدة عن التحيز.
- الابتعاد عن الأسئلة المركبة أو المعقدة؛ حتى لا يعزف المستجيبون عن الإجابة عنها.
- الترتيب المنطقي للأسئلة وفقاً لموضوع البحث العلمي.
- في حالة استعانة الباحث بالاستبيان المغلق يجب أن يوفر نماذج الإجابات الوافية.
- ينبغي على الباحث أن يضع مجموعة من الأسئلة الاختيارية.

تاسعا: مزايا الاستبيان (عبيدات، 1999، ص70):

- توفير الكثير من الوقت والجهد في جمع البيانات.
- من الممكن تغطية أماكن متباعدة في أقصر فترة ممكنة.
- تعطي للمبحوث الحرية في اختيار الوقت المناسب لتعبئة الاستبانة وحرية التفكير.
- قد يقلل من التحيز سواء من قبل الباحث أو المبحوث.
- تعتبر الاستمارة تقنية قليلة التكلفة.
- تتميز بسرعة التنفيذ عكس ما هو عليه الحال في مقابلة البحث أو الملاحظة.
- إمكانية ملئ الاستمارة في وقت قصير نسبيا.
- ضمان سرية معلومات المبحوث.
- إمكانية تطبيق أداة الاستمارة على عدد كبير من المبحوثين مقارنة بالمقابلة.

عاشرا: عيوب الاستبيان (مصطفى، 2014، ص107):

- للاستبيان عيوب، فعلى الرغم من مزاياه كأداة لجمع المعلومات، إلا أن لها بعض العيوب التي يجب على الباحث أن يقلل منها ما أمكن، ومن العيوب:
- قلة الكشف عن الصدق والثبات.

- يتأثر صدق الإجابة بوعي الفرد المستجيب ودرجة اهتمامه بالظاهرة أو المشكلة أو البحث.
- قد يترك المبحوث (المستجيب) عددا من فقرات الاستبيان دون إجابة، دون أن يعرف الباحث السبب وراء ذلك.
- انخفاض نسبة الردود، حيث تقدر نسبة الردود في الغالب من 20 بالمائة إلى 50 بالمائة (غرابية، 1977، ص273).
- وجود أسئلة غير مجاب عنها من قبل المستجيبين بعكس المقابلة.
- أن تصاغ أسئلة الاستبيان بشكل غير مفهوم، أو تحتمل إجابات متعارضة.
- تحيز القائم بالاستبيان.
- عدم فهم المستجيب لبعض الأسئلة وبالتالي قد تكون إجاباته مختلفة أو مغايرة لقصد الباحث.
- كثرة الأسئلة تبعث على الملل في نفوس المبحوثين.
- التزييف الإرادي للأقوال.
- رفض الإجابة: إن التكاثر الهائل للاستمارات قد أدى إلى نفور عدد كبير من المبحوثين منها.

محاضرة العاشرة: تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام

من خلال هذه المحاضرة سيتم شرح النقاط التالية:

مفهوم مصطلح تحليل المضمون، أنواعه، مجالات استخدامه، وحداته، فئاته، خصائصه، الاستخدامات الرئيسية لتحليل المضمون وخطواته.

مقدمة:

ارتبطت استخدامات تحليل المضمون بالدراسات الإعلامية والاتصالية بوصفها أداة وأسلوباً لتعرف المعلومات والتفسيرات من خلال الأنشطة الاتصالية المختلفة. تمثلت أولى محاولات استخدامات تحليل المضمون في تحليل مضمون عينة من المادة الإخبارية المنشورة في جريدة " نيويورك تايمز"، بالإضافة إلى بعض الدراسات التحليلية المتخصصة حول الأخبار الخارجية في الصحف الصباحية الأمريكية.

مما ينبغي التنويه إليه في البداية أن تحليل المضمون ليس منهجاً قائماً بذاته، إنما هو مجرد أسلوب أو أداة استكمالية يستخدمها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى في إطار منهج متكامل هو المنهج المسحي (عطية، 2022، ص9).

أولاً: تحديد مصطلح تحليل المضمون:

إن كلمة تحليل المضمون تعني تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية، (بن مرسلي، 2010، ص25) في حين تشير كلمة مضمون إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي أو الإيمائي من معاني مختلفة، يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز، لتوصيلها إلى الآخرين (عبد الحميد، 1979، ص13).

طبقاً لذلك عرفت الباحثة نوال محمد عمر تحليل مضمون مواد الإعلام والاتصال، بأنه تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة والمسموعة والمرئية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال (محمد عمر، 1986، ص37).

يعرف "كابلان" تحليل المضمون بأنه المعنى الإحصائي للأحاديث والخط السياسية. أما "بيرلسون" فقد عرفه بأنه: " أسلوب بحثي يتضمن الوصف الموضوعي المنسق والكمي للمحتوى الظاهر للرسالة". أما "استون" فقد عرفه بأنه: "أسلوب للوصول إلى استنتاجات وذلك بالتعرف الموضوعي والنسقي على صفحات محددة للرسالات". أما "بيزلي" فقد عرف تحليل المضمون بأنه: "إحدى أطوار تجهيز المعلومات حيث يتحول فيه محتوى الاتصال إلى بيانات يمكن تلخيصها ومقارنتها وذلك بالتطبيق الموضوعي والنسقي لقواعد التصنيف الفئوي" (أبراش، 1999، ص192).

ويعرفه كارتر رايت 1953 بأنه: "وصف السلوك الاتصالي الرمزي وصفا موضوعيا منهجيا، كمي".

ويعرفه بيزلي 1969 بأنه: "أحد أطوار تجهيز المعلومات حيث يتحول فيه المحتوى الاتصالي إلى بيانات يمكن تلخيصها ومقارنتها وذلك بالتطبيق الموضوعي والنسقي لقواعد التصنيف".

ويعرفه كلوز كريندروف 1980 بأنه: "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل".

كما يعرفه برنارد بريلسون بأنه: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنظم للمحتوى الظاهرة لمادة الاتصال".

كما يعرفه محمد عبد الحميد 2000 بأنه: "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي، الموضوعي، والمنظم للسّمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عطية، 2022، ص10).

ثانيا: أنواع تحليل المضمون:

حدد الباحثون أنواع تحليل المضمون ومفاهيمها كما يلي (محمد حسين، 1983، ص124):

1:2: التحليل الكمي: وهو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كميّاً بحسب درجة ترددها في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة، الموضوع)، التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدروسة.

2:2: التحليل الكيفي: وهو التحليل الذي لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين المدروسة، بل يركز على إبراز ما تتميز به الأشياء من خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض. وعادة ما يستخدم هذا النوع من التحليل في تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها في التحليل الكمي، والتعليق عليها في استخلاص النتائج (الساعاتي، 1982، ص 260).

بالإضافة إلى نوعي تحليل المضمون - كمي وكيفي - توجد أنواع أخرى أو تصنيفات أخرى، فيمكن أن نقسمه إلى:

- تحليل استكشافي استخباري وتحليل موجه.
- التحليل المباشر والتحليل غير المباشر.
- تحليل المتغيرات والتحليل التقييمي.
- التحليل المفاهيمي المزدوج (شكري، 1989، ص 195).

ثالثا: أغراض استخدام تحليل المضمون:

يذكر أحمد بدر يتم أنه يتم اللجوء لمنهج تحليل المضمون في الحالات التالية(شليبي، 1986، ص 167):

- ✓ يتم اللجوء إلى تحليل المضمون عندما تكون البيانات التي يجمعها الباحث مقصورة على الدليل الوثائقي، ذلك أنه في الحالات العادية يفضل أن يتصل الباحث مباشرة بالمصادر، والأشخاص المعنيين بموضوع البحث، ويحصل على المعلومات منهم عن طريق أدوات البحث المعروفة.
- ✓ يتم توظيف منهج تحليل المضمون حتى في حالة استخدام المقابلة أو الاستمارة. فيستعمل لتحليل محتوى الإجابات عن الأسئلة المفتوحة التي يطرحها الباحث على المبحوثين.
- ✓ يتم اللجوء إلى تحليل المضمون عندما يكون التعرف على لغة المفحوص أمرا حاسما بالنسبة للبحث.
- ✓ يتم اللجوء إلى أسلوب تحليل المضمون عندما يكون حجم المواد المفحوصة أكبر من قدرة الباحث على القيام ببحثها.

أما " بيرلسون" فقد حصر أغراض تحليل المضمون في الفئات الثلاث التالية:(عطية، 2022، ص 11)

1_ لتحديد سمات المضمون.

2_ لتحديد الإجراءات التي أتبعته في عرض مادة الاتصال وأهداف مقدميها.

3_ تحديد آثار مادة الاتصال.

4_ تحديد غاية الاتصال وأهداف مقدميها.

رابعاً: مجالات استخدام تحليل المضمون:

يمكن تحديد بعض المجالات التي يستخدم فيها تحليل المضمون على النحو التالي (طعمية، 1987، ص98):

- وصف مضمون الاتصال.
- الكشف عن اتجاهات الأفراد والجماعات إزاء موضوعات مختلفة.
- المقارنة بين وسائل الإعلام الجماهيري من حيث موضوعاتها واتجاهاتها وأهدافها.
- قياس مدى تطبيق وسائل الاتصال للمعايير والأسس الإعلامية والثقافية والفنية.
- تشخيص خصائص الأسلوب الأدبي أو الصحفي من خلال تحليل الرسائل المختلفة.
- التعرف على موقف كاتب محدد أو حزب من قضية من القضايا.
- التعرف على الوضع النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات في الأوضاع الطارئة والاعتيادية من خلال تحليل الرسائل التي يعبرون بها عن أنفسهم بأي شكل من الأشكال.

خامساً: وحدات وفئات تحليل المضمون:

1:5: وحدات تحليل المضمون: إن أداة تحليل المضمون تقوم على تقطيع النص المدروس إلى وحدات (أجزاء) تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل التحليل. وهي تعرف لدى الباحثين بوحدات العد والتسجيل، كونها تستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في المضمون المعالج، وهي خمسة أنواع:

2:1:5: وحدة الكلمة: وهي أصغر وحدات التحليل، وهي الجزء الأصغر في اللغة المكتوبة أو في اللفظ المنطق، الذي يمكن استخدامه في حساب معنى معين أو مفهوم ما أو رمز محدد، أو شخصية بذاتها يدور حولها النص (بوحوش، 2019، ص20).

2:1:5: وحدة الموضوع: وهي من أهم وحدات التحليل، ويقصد بها الوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة التي تدور حول مسألة أو مشكلة معينة. لذا تستخدم كوحدة عد في قياس الموضوعات. ووحدة الفكرة غير ثابتة الشكل، من حيث الظهور فيمكن العثور عليها في جملة أو فقرة كاملة أو نص مستقل. وهي مرتبطة الظهور حسب المستوى اللغوي الذي يجري على أساسه التحليل.

3:1:5: وحدة المساحة والزمن: وهي المقاييس المادية التي يستخدمها الباحث في حساب المضامين الصحفية فوق صفحات الجرائد والمجلات، أو الوقت الذي يستغرقه بث برنامج معين، حيث يعتمد في قياس مساحات المواد الصحفية فوق صفحات الدوريات على وحدة العمود في حالة ثبات إخراج المواد المدروسة فوق صفحات هذه الدوريات على نفس النمط، من حيث توزيع الأعمدة خلال فترة الدراسة (ملحسن، 2004، د ص).

4:1:5: وحدة الشخصية: تطبق وحدة الشخصية في القياس الكمي لمحتويات القصص والمسرحيات والتمثيلات والمسلسلات، التي تتناول حياة الشخصيات، وسيرهم الذاتية، لتحليل شخصياتهم الحقيقية والخيالية في النص المدروس، للتعرف عليها وضبط درجة تكرارها وأسلوب إظهارها.

5:1:5: وحدة مفردة النشر: وهي النوع الإعلامي الذي يختاره منتج المادة المدروسة في توصيل هذه الأخيرة إلى الجمهور المستهدف. مثل: كتاب، قصة، فيلم، مقال، تحقيق، خبر، إعلان، صورة، برنامج إذاعي أو تلفزيوني، مسلسل مسرحية ... الخ (شليبي، 1968، ص 261).

2:5: فئات تحليل المضمون:

حتى يكون تحليل المضمون منهجا وأداة صالحة للبحث، يجب على الباحث أن يصيغ صياغة واضحة فئات التحليل، وهي:

1:2:5: فئات "ماذا قيل" ؟ وتحت هذا السؤال تندرج عدة فئات:

- أ- فئة موضوع الاتصال: وهي أكثر الفئات عمومية حيث تدور حول عن أي شيء تدور مادة الاتصال؟ وما هو موقفها من مشكلة البحث، مؤيد، معارض، سلبي أو ايجابي؟
- ب- فئة القيم أو الأهداف: حيث يسعى الباحث إلى معرفة القيم أو الأهداف التي يرمي إليها القائل.
- ت- فئة الأساليب المتبعة: أي الأساليب التي اتبعت لتحقيق النتائج.

ث- فئة السمات أو القدرات: وتشمل هذه الفئة السمات الشخصية للأفراد مثل السن والجنس والمهنة وبعض الخصائص السيكولوجية والسمات الخاصة بالمجتمعات.

ج- فئة المرجع أو المصدر: أي معرفة الشخص أو الجماعة التي تساق التعبيرات على لسانها، وتظهر أهمية هذه الفئة في تحليل الموضوعات التي يدور حولها الجدل.

ح- فئة الفاعل: وتطبق لتحديد الأشخاص أو الجماعات التي تظهر في المضمون أنهم قاموا بأدوار أساسية لتنفيذ الفعل أو الأفعال الرئيسية في الموضوع.

خ- فئة المكان - الذي تصدر منه مادة الاتصال-: إن كانت مجلات أو جرائد، أو كتب فمن المهم معرفة مكان صدورها.

د- فئة الجمهور المستهدف، أو المخاطبين: وتستخدم عند محاولة التعرف على الجماعات وخصائصها، أو الفرق بين ما يوجه إلى جماعات معينة، وجماعات أخرى (أرياش، 1999، ص 202، 203).

5:2:2: الفئات الخاصة بالشكل " كيف قيل ما قيل؟": وهي تعني: الشكل أو القوالب التي أفرغت فيها مادة الاتصال، وهذه الفئات هي:

أ_ فئة الشكل أو نمط المادة الإعلامية: مثلا في الراديو يتم التفرقة بين المواد الإخبارية، مسرحيات، أغاني، أحاديث، برامج دينية، إعلانات ... الخ.

ب- فئة شكل العبارات: أي: القواعد اللغوية المتبعة في الرسالة، ومكوناتها البنائية.

ت_ فئة شدة التعبير: وهي: تقوم على قياس مدى الانفعال الذي يظهر في المضمون، ولا توجد مقاييس ثابتة تعتمد لمعرفة شدة التعبير أو درجة انفعاليته.

ث_ فئة اللغة المستخدمة: فصحي أو عامية، ومدى ملائمة اللغة لمستوى الجمهور المخاطب.

ج- فئة موقع المادة موضوع التحليل: مثلا: في التلفزيون، هل في بداية البث أو أواخره؟ وفي الصحف هل في الصفحة الأولى أو في الصفحات الداخلية؟

ح_ فئة تكرار المضمون: هل يكون المضمون في نفس وسيلة الاتصال أو في أكثر من وسيلة؟ وبنفس الشكل أو بأشكال مختلفة؟

خ- جذب الاهتمام: هل تعرض المادة بألوان أو بدونها؟ هل ترفق برسوم أو لا؟ هل تدعم بالجدول والإحصاءات أو لا؟ (طلعت، 1989، ص57).

سادسا: خصائص منهج تحليل المضمون:

1:6: أسلوب وصفي: يهدف تحليل المضمون إلى الوصف (وصف الظاهرة كما تحدث عن طريق تصنيف المادة الإعلامية إلى فئات محددة وتسجيل خصائصها) الموضوعي لمضمون مادة الاتصال دون إقحام مشاعر القائم بالتحليل أو التعبير عن انطباعاته الخاصة عن المادة التي يحللها.

2:6: أسلوب موضوعي: فهو يعني النظر إلى الموضوع نفسه، بكل مكوناته وظواهره، دون تأثير كبير بالذات المدركة أو أهداف التحليل مما يمنع الدراسة من تفاوت التفسيرات الفردية.

3:6: منهج منظم: ويعني التنظيم أجراء التحليل في ضوء خطة واضحة تتفق وقواعد البحث العلمي (عطية، 2022، ص13).

4:6: أنه أسلوب كمي: حيث يعتمد هذا الأسلوب على التقدير الكمي كأساس للدراسة.

5:6: يعتمد على التكرار والقياس: يستند إلى تكرار ظهور كلمات أو جمل أو مفاهيم محددة، وغالبا ما يعتمد على الأسلوب الكمي لتحديد أنماط التكرار.

6:6: قابل للتكرار: يجب أن تكون نتائج التحليل قابلة للتكرار من قبل باحثين عند إعادة تطبيق نفس المنهج والخطوات، مما يضمن موثوقية النتائج.

7:6: يسعى للكشف عن الدوافع والأهداف: يساعد في توضيح الدوافع والأهداف التي يرمي إليها كاتب المحتوى أو المتحدث.

8:6: أداة بحثية: يُستخدم كأداة بحثية في حد ذاته أو بالاشتراك مع أدوات بحثية أخرى لفهم أعمق للرسائل الإعلامية.

9:6: يقيس تأثير المحتوى: يساعد في دراسة مدى تأثير محتوى مادة معينة على أفكار واتجاهات الجمهور المستهدف.

أما " بيرلسون" فقد وضع خمس سمات تميز تحليل المضمون، وهي(أبراش، 1999، ص194):

- أنه يستخدم أساسا في تحديد آثار الاتصال.
- أنه لا ينطبق إلا على جوانب النحو والصرف في اللغة.
- ينبغي أن يكون موضوعيا.
- ينبغي أن يكون منظما.
- ينبغي أن يكون كميا.

أ: أنه أسلوب علمي: فأسلوب تحليل المضمون يستهدف من خلال دراسة ظواهر المضمون وضع قوانين لتفسيرها، والكشف عن العلاقات التي تربط بين بعضها البعض وذلك من خلال وصف وتنسيق الأفكار التي تحتويها مادة الاتصال.

ب: أنه يتناول الشكل والمضمون: أي أنه لا يقتصر على الأفكار أو القيم أو الاتجاهات التي تنقلها أداة الاتصال فحسب، بل يشمل أيضا الشكل الذي تنتقل من خلاله هذه الأفكار (عطية، 2022، ص14).

سابعا: خطوات تحليل المضمون:

1:7: تحديد مشكلة البحث وتساؤلاته أو فروضه التحليل: فمن الممكن صياغة مشكلة البحث في صورة تقريرية أو استفسامية أو فيهما معا، حيث يستعرض الباحث المشكلة في شكل فقرة أو فقرات، ثم يستخلص منها التساؤلات البحثية، وقد تستدعي طبيعة الدراسة صياغة فروض معينة مع وجود التساؤلات أو عدم وجودها (عزي، 2003، ص213).

2:7: تحديد مجتمع الدراسة والعينة موضع الاختبار. ويتم اختيار عينة البحث وفقا لنوع مشكلة البحث وأهدافه، ويتوقف تعميم نتائج الدراسة على مدى تمثيل عينة الدراسة للمجتمع الأصلي تمثيلا جيدا.

3:7: تحديد وحدة التحليل: اختيار وحدة التحليل وتعريفها، وإعداد التصنيفات لفئات المضمون الذي سيتم تحليله وتعريفها إجرائيا.

4:7: إجراء دراسة استكشافية لتحقيق الثبات.

5:7: تأسيس نظام حساب كمي لترميز المضمون.

6:7: استخلاص الاستنتاجات وتفسير المؤشرات الكمية والإحصائية (عبد المجيد، 1983، ص15).

من خلال كل ما قدم، نستطيع أن نقول أن تحليل المضمون يتميز بالخصائص التالية:

- ✓ يسعى تحليل المضمون عن طريق تصنيف البيانات إلى وصف المضمون (المحتوى) الظاهر والصريح للمادة قيد التحليل.
- ✓ يعتمد على تكرارات وردت أو ظهور جمل أو كلمات أو مصطلحات أو رموز أو أشكال بناء على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.
- ✓ يتميز بالموضوعية ويخضع للمتطلبات المنهجية كالصدق والثبات حتى يتم الأخذ بنتائجه.
- ✓ يعتمد تحليل المضمون أساساً على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل (عطية، 2022، ص20)

المحور الثالث

العينات وطرق اختيارها في بحوث الرأي العام

المحاضرة الحادية عشرة:

أنواع العينات واستخداماتها في قياس الرأي العام.

محاضرة الحادية عشرة: أنواع العينات واستخداماتها في قياس الرأي العام

من خلال المحاضرة رقم 11 سنتعرف على مفهوم العينة، وأهم النصائح الواجب إتباعها لاختيار العينة المناسبة للبحث، أنواع العينات، مزايا وعيوب العينة العشوائية البسيطة، مزايا وعيوب العينة العشوائية، العينات غير العشوائية، مزاياها وعيوبها.

مقدمة:

تُعد العينة في البحث العلمي مجموعة فرعية تمثل المجتمع الأصلي الذي يرغب الباحث في دراسة خصائصه، وتتيح له جمع البيانات وتحليلها بشكل عملي وموثوق دون الحاجة إلى دراسة كل أفراد المجتمع، ما يوفر الوقت والجهد والتكلفة.

ويكتسب موضوع العينات في مسوح الرأي العام أهمية خاصة، لأن أي خلل في طريقة الاختيار أو حجم العينة أو تمثيليتها يمكن أن يؤدي إلى تحريف النتائج وتشويه صورة الرأي العام الحقيقي. فنتائج المسح لا تُعبّر فقط عن المستجوبين الذين شملهم البحث، بل يُفترض أن تُعبّر عن المجتمع بأكمله. ولهذا السبب، تُعد عملية تحديد نوع العينة، وحساب حجمها، وضبط إجراءات السحب والمعالجة الإحصائية من الركائز الأساسية لضمان المصداقية العلمية للمسح.

تتعدد أنواع العينات المستخدمة في مسوح الرأي العام تبعاً لطبيعة الدراسة وأهدافها وحجم المجتمع المدروس ومدى تجانسه. فمنها العينات الاحتمالية التي تتيح لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية أو معروفة في الاختيار، وتشمل العينات العشوائية البسيطة، والعينات الطبقية، والعينات المنتظمة، والعينات العنقودية. وهناك أيضاً العينات غير الاحتمالية التي يتم فيها اختيار الأفراد وفق معايير معينة أو بطريقة مقصودة، وتشمل العينات القصدية، والعيّنات الحصصية، وعيّنات الصدفة أو التلقائية.

أولاً- تعريف العينة:

العينة هي مجموعة فرعية من الأفراد أو الحالات أو الوحدات التي تمثل المجتمع الأصلي الذي يرغب الباحث في دراسة خصائصه. تُستخدم العينة لتسهيل جمع البيانات وتحليلها بشكل عملي واقتصادي، مع الحفاظ على دقة النتائج بحيث تعكس واقع المجتمع الأصلي إلى حد كبير.

يرى موريس أنجرس العينة على أنها: " مجموعة فرعية من عناصر المجتمع. كما أنها ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.

العينة هي جزء من المجتمع تتوافر فيه خصائص هذا المجتمع الذي سحبت منه، إلا أنه في كثير من الأحيان يستحيل إجراء الدراسة على المجتمع، وبالتالي يتم اختيار عينة محدودة ودراستها بهدف التواصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع. ويصبح ذلك ممكناً إذا كانت خصائص العينة تمثل خصائص المجتمع من حيث أكبر عدد ممكن المتغيرات (أنجرس، 2006، ص6).

ثانياً: نصائح لاختيار العينة المناسبة:

- تحديد هدف البحث بدقة لتحديد نوع العينة الأنسب.
- مراعاة حجم المجتمع وخصائصه.
- استخدام العينة الاحتمالية عند الحاجة لتعميم النتائج.
- استخدام العينة غير الاحتمالية في الدراسات الاستكشافية أو النوعية.
- التأكد من تمثيل العينة لجميع طبقات المجتمع المستهدف لتقليل الانحياز (كريشان، 2010، ص112).

ثالثاً_ أنواع العينات:

هناك العديد من أنواع العينات، والتي تصنف عموماً في فئتين، العينات العشوائية والعينات الغير عشوائية.

3_1: العينات العشوائية:

العينة العشوائية هي جزء من المجتمع يتم اختياره بطريقة عشوائية بحيث يكون لكل فرد فرصة متساوية في المشاركة. تهدف هذه الطريقة إلى تمثيل المجتمع بأكبر قدر ممكن من الدقة، وتجنب تأثير عوامل التحيز الشخصي أو العشوائية المنظمة من الباحث.

تعني اختيار مفردات العينة دون تدخل من الباحث بقصد أو تعمد أن تتضمن العينة مفردات معينة وعدم تضمينها مفردات أخرى، ولذلك تسمى بالعينة غير المتحيزة أو العينة الاحتمالية، وتتميز بإمكانية تعميم

نتائجها على المجتمع. وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح العشوائية إنما يعني أن جميع أفراد مجتمع البحث يعني الفوضى أو عدم النظام واثاح لهم فرص متساوية لأن يتم اختيارهم ضمن العينة، وتتطلب العينة العشوائية تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة خصائص هذا المجتمع.

أما أهم أنواعها يتمثل في: العينة العشوائية البسيطة، والعشوائية المنتظمة والعشوائية الطبقية، والعشوائية متعددة المراحل.

3_1_1: العينة العشوائية البسيطة: كل فرد في المجتمع له فرصة متساوية للاختيار.

مثال: تسحب 100 طالب عشوائيا من قائمة الطلبة في جامعة معينة.

هي العينة التي يتم اختيار مفرداتها ومن قائمة شاملة لكل المفردات وبحيث تتاح فرص متساوية لكل مفردة أن يتم اختيارها ضمن العينة بصرف النظر عن الاختلافات بين المفردات، أي دون تصنيف هذه المفردات إلى طبقات أو مجموعات. وتتضمن القوائم أسماء المفردات بأرقام متسلسلة، وإن لم تكن كذلك فإن الباحث يقوم بإعدادها وتوجد عدة طرق لاختيار العينات العشوائية البسيطة نذكر منه (أحمد جمعة، 1983، ص321):

أ: الاقتراع المباشر: وذلك بأن يعطي كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقة منفصلة، ثم تطوى هذه الأوراق وتخلط جيدا ويختار منها بالقرعة العدد المناسب. تطبيق هذه العينة غير ممكنة عندما يكون مجتمع البحث كبيرا أو موزعا على مساحة جغرافية واسعة، لذلك يتم الاستعانة بجدول الأرقام العشوائية، أو نلجأ للعينة الطبقية عندما يتطلب البحث تمثيل العينة للمجتمع حسب الطبقات أو الفئات.

ب: الجداول العشوائية: وضع علماء الإحصاء الجداول العشوائية التي يتلخص أسلوب استعمالها في ترقيم أفراد المجتمع بأرقام متسلسلة، ويختار منهم أصحاب الأرقام التي تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة.

ج: الحاسب الآلي: يستخدم الحاسب الآلي في سحب العينات العشوائية البسيطة، وخاصة حينما يكون حجم المجتمع كبيرا.

يستخدم هذا النوع من العينات على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة المفردات، التي يقوم الباحث بتسجيلها في قوائم معينة ذات ترقيم متسلسل، دون إهمال أو تكرار لأية مفردة منه، حتى تسهل عليه عملية الاختيار العشوائي (بن مرسلي، 2010، ص181).

رابعاً_ مزايا وعيوب العينة العشوائية البسيطة:

- لا تضمن تمثيل كل مجموعة من مجموعات أو طبقات المجتمع خاصة إذا كان المجتمع يتسم بعدم التجانس من حيث الدراسة.
- صعوبة اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع كبير.
- يؤدي انتشار مفردات المجتمع انتشار جغرافي قد يؤدي إلى زيادة التكاليف.

1:4: العينة العشوائية المنتظمة: اختيار كل فرد من قائمة المجتمع.

مثال: اختيار كل عاشر طالب في القائمة الجامعية.

إن المبدأ الذي تقوم عليه العينة المنتظمة يتمثل في اختيار مفرداتها من مسافات (مجموعات) موزعة بكيفية متساوية على المجتمع الأصلي، وهذا قصد نشر هذا الاختيار على كامل هذا المجتمع، للحيلولة دون ترك فجوات غير مغطاة في هذه العملية (بن مرسلي، 2010، ص185).

تقوم على العشوائية والانتظام في اختيار المبحوثين يتم اختيار أفراد العينة بسحب أول فرد فيها بطريقة عشوائية، ثم سحب الأفراد بطريقة منتظمة، أي بعد فترة ثابتة، ويكون تحديد الفترة الثابتة بقسمة مجموع أفراد المجتمع على عدد أفراد العينة، وذلك ضماناً لدخول أفراد المجتمع ضمن احتمال السحب لتوضيح ذلك، نفترض أننا نريد سحب عينة عشوائية منتظمة قوامها 8 مفردات، من قسم للطلبة يضم 04 طالباً. في هذه الحالة نعطي للطلبة أرقاماً متسلسلة في القائمة المتضمنة أسماءهم، فيكون لدينا 04 رقماً، من 1 إلى 04 ثم نحدد المدى بقسمة إجمالي عدد الطلبة على حجم العينة المطلوبة : $5 = 04/8$. أي أن قيمة المدى هي 5 ، بعد ذلك نضع أرقاماً متسلسلة من 1 إلى 5 ، بحيث يكتب كل رقم في ورقة مستقلة، و يتم سحب رقم واحد، نفترض أننا اخترنا الرقم 3، فيكون الطالب الأول في العينة هو الطالب الذي يحمل الرقم 3 بالقائمة الأصلية المتضمنة أسماء الطلبة بشكل متسلسل، ثم يضاف الرقم 5، فيكون الطالب الثاني في العينة رقم 8، و هكذا إلى أن نصل إلى العدد المطلوب اختياره في العينة، و بالتالي تضم العينة الطلبة

أرقام : 3، 8، 13، 18، 33، 33، 38، 33، 38 و تجدر الإشارة في الأخير إلى أن دورية هذه التقنية أو انتظامها وظفت في الدراسات التي تستعمل تحليل المحتوى، باسم العينة الدورية، باستخدام إجراءات مشابهة (احمد حلمي، 1983، ص371).

2:4: العينة العشوائية الطبقيّة: تقسيم المجتمع إلى طبقات (مثل العمر أو الجنس) ثم اختيار عينة من كل طبقة بما يتناسب مع حجمها. مثال: تقسيم الطلاب حسب الكلية ثم اختيار عدد محدد من كل كلية.

يشترط في استخدام العينة الطبقيّة أن تكون مفردات المجتمع الأصلي معروفة، ليضبط الباحث أعدادها في قوائم محددة، حتى تتسنى له مهمة تقسيم هذا المجتمع الأصلي إلى الفئات أو الطبقات المطلوبة في الدراسة (بن مرسلّي، 2010، ص189). تتعامل مع المجتمعات غير المتجانسة، ويعني أن تتضمن العينة مفردات من الطبقات أو الفئات التي يتكون منها مجتمع البحث، ويتم اختيار هذه العينة من خلال تقسيم المجتمع إلى فئات، كل فئة تضم المفردات التي تشترك في صفة معينة. ومن كل فئة يتم السحب العشوائي للمفردات المطلوبة.

ونوضح هذه العينة من خلال المثال التالي: نفترض أن المجتمع الدراسة يتمثل في 144 طالب، منهم 04 ذكور، و 34 إناث. إن اختيار عينة طبقية من 14 مفردات مثال يعني أن تتم عملية الاختيار عشوائيا على مستوى الذكور على حدة، ثم على مستوى الإناث، بحيث تتضمن العينة مفردات من الجنسين، والاختيار هنا يمكن أن يتم بالأسلوب العشوائي البسيط، أو بالأسلوب العشوائي المنتظم.

والعينة الطبقيّة يتم توزيعها بالتناسب، أي أن يكون عدد المفردات التي يتم اختيارها من كل جنس تتناسب مع إجمالي عدده الأصلي، وبالتالي فإن العينة التي تضم 14 مفردات تعني أن يتم سحب 0 مفردات من الذكور، و3 مفردات من الإناث (احمد حلمي، 1983، ص374).

3:4: العينة العشوائية متعددة المراحل: تسمى أحيانا بالعينة العنقودية، نستعين بهذا النوع من العينات عندما يكون حجم المجتمع كبيرا، وتنتشر المفردات على مساحة جغرافية واسعة، وليس هناك قوائم شاملة للمفردات. و من أجل توضيحها نقدم المثال التالي: نفترض أننا نريد إجراء دراسة عن اتجاهات الجمهور في مدينة معينة نحو برنامج تلفزيوني، وأن تلك المدينة تضم 14 مناطق، في هذه الحالة يمكن اختيار 3 مناطق بإحدى الطرق العشوائية، ومن هذه البيوت يتم الاختيار العشوائي للعدد المطلوب، ويتم إجراء المقابلات مع ساكني هذه البيوت التي تم اختيارها، كأن يتم البحث مع مفردة من كل بيت أو وحدة

سكنية. أي أنه في العينة العنقودية يتم اختيار مناطق أو مجموعات وليس أفراداً، وتسمى كل منطقة أو مجموعة عنقوداً، وبعد ذلك نختار الأفراد من كل عنقود، ويشترط أن يكون لكل عنقود نفس الخصائص.

يُصعب اختيار عينة عشوائية بسيطة عينة عشوائية منتظمة أو أخرى طبقية لدراسة خصائص وتوزيع ظاهرة ما في مجتمع كبير لعدة أسباب منها (مصطفى، 2014، ص ص 88، 89):

- ✓ عدم توافر حصر كامل لجميع مفردات واجبة الدراسة.
- ✓ ارتفاع التكاليف لمعاينة أفراد متفرقين متباعدين.
- ✓ صعوبة الإدارة والإشراف على بحث يضم مفردات متفرقة.

خامساً: مزايا وعيوب العينة العشوائية:

1:5: مزايا العينات العشوائية (كريشان، 2010، ص 123):

- تمثل المجتمع بدقة عالية وتقليل التحيز.
- تسهل إجراء التحليل الإحصائي والاختبارات العلمية.
- تعزز من مصداقية النتائج وإمكانية تعميمها.
- مناسبة للدراسات الكبيرة والمعقدة حيث يكون المجتمع متنوعاً.

2:5: عيوب العينات العشوائية (سعيد، 2005، ص 65):

- تحتاج إلى قائمة دقيقة لأفراد المجتمع، ما قد يكون صعباً في بعض الدراسات.
- تطبيقها مكلف ويستهلك وقتاً في المجتمعات الكبيرة.
- لا تضمن التمثيل الدقيق لبعض الفئات الصغيرة إلا عند استخدام العينات الطبقية.

تُعد العينات العشوائية من أكثر الطرق مصداقية في جمع البيانات الكمية، ويعتمد نجاح البحث العلمي على اختيار نوع العينة العشوائية المناسب وفق طبيعة المجتمع وأهداف البحث. كما أن الجمع بين أنواع العينات العشوائية المختلفة يمكن أن يزيد من دقة النتائج ويحد من تحيزها.

سادسا: العينات غير العشوائية:

تُعرف العينات غير العشوائية بأنها التي لا يكون لكل فرد في المجتمع فرصة محددة ومعروفة للاختيار، على عكس العينات العشوائية التي تعتمد على اختيار عشوائي كامل. وتُستخدم هذه الطريقة غالباً في الدراسات الاستكشافية أو النوعية، حيث يسعى الباحث إلى الوصول إلى معلومات محددة أو إلى مجموعات صعبة الوصول، دون الحاجة إلى تمثيل كامل للمجتمع الأصلي (كريشان، 2010، ص112).

وهي العينات الغير الاحتمالية، وفي هذه العينات تتاح في اختيارها فرص متساوية لجميع مفردات المجتمع أن يتم اختيارها ضمن العينة، و تعمم نتائجها على المجتمع. ومن هذه العينات غير العشوائية: العينة العرضية، والعينة المقصودة، والعينة الحصصية.

أ.العينة العرضية أو المريحة: اختيار الأفراد الأكثر سهولة الوصول إليهم.

مثال: مقابلة الطلبة المتواجدين في المكتبة يوم الدراسة.

العينة العرضية هي العينة المتاحة، بمعنى أن يجري الباحث دراسته على الأشخاص الذين يصادفهم، أو اللذين تتاح مقابلتهم، كأن يذهب إلى التجمعات أو المؤسسات أو الأماكن التي يوجد فيها الأشخاص الذين يمكن أن يحصل منهم على المعلومات المطلوبة، ويجري المقابلة مع أي شخص يقابله، مثل ما يحدث في معظم التحقيقات الإعلامية حينما يسأل الإعلامي أول من يصادفه في الشارع.

وتعتبر المعاينة العرضية نوعا من المعاينات غير الاحتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع الدراسة، فنُختار هذه العينة أنها متاحة ومريحة، وتُفيد نتائج العينة العرضية في حدود معينة ومن الصعب تعميم نتائجها على المجتمع.

يتجه الباحث إلى اختيار الحالات التي تصادفه، ومن أمثلة ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين يقابلهم قبل غيرهم في الطريق، أو كما يحدث في معظم التحقيقات الإعلامية حينما يسأل الإعلامي أول من يصادفه في الشارع.

ب. **العينة القصدية:** تعني أن يعتمد الباحث أو يقصد إجراء الدراسة على مفردات معينة، و قد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية، كوجود أدلة منطقية تمثل أن هذه العينة تمثل المجتمع، وقد تكون العينة القصدية مبررة لاعتبارات واقعية أو منطقية، كأن يتم إجراء دراسة على عينة من الذين حضروا أحد المؤتمرات العلمية لمعرفة رأيهم في تنظيم المؤتمر. وهناك عينة قصدية لاعتبارات غير علمية، كأن يعتمد الباحث إجراء دراسة على عينة معينة بسبب سهولة الوصول إلى الأفراد، ووجودهم بالقرب من الباحث أو في المكان الذي يعمل فيه، في هذه الحالة العينة تكون قصدية لكن نتائج الدراسة التي أجريت على هذه العينة يمكن تعميم نتائجها على المجتمع، ومن بين العينات القصدية، عينة الخبراء التي تنطوي على تجميع عينة من الأشخاص ذوي تجربة معروفة أو ذوي خبرة في بعض المجالات، ويشرف على تشكيلها عادة فريق من الخبراء. ومن أسباب العمل بعينة الخبراء، لأن ذلك من شأنه أن يكون أفضل وسيلة للحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة، في هذه الحالة تعتبر عينة الخبراء في جوهرها مجرد نوع من أنواع المعاينة القصدية.

8 . **العينة الحصصية:** حيث يُختار الأفراد بحسب نسب محددة من المجتمع.

مثل اختيار 50% ذكور و 50% إناث من مجموعة الطلاب.

تستخدم العينة الحصصية في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم، لاستحالة هذا الحصر، أو لضخامة تكاليف انجازه، من حيث الوقت والإمكانات المادية (بن مرسلي، 2010، ص191).

يقصد بعينة الحصص أن تتضمن العينة عددا من المفردات تنتمي إلى الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر، فإذا كان المجتمع يضم الذكور والإناث، فإن العينة تتضمن مفردات من الذكور ومفردات أخرى من الإناث دون أن يتم اختيار المفردات بالطريقة العشوائية، و يمكن توضيح هذه العينة من خلال المثال التالي:

نفترض أننا نريد إجراء دراسة على مجتمع مفرداته من الطلبة، يتوزعون حسب التخصصات بين 044 طالب في التخصصات العلمية و 044 في التخصصات الأدبية، فإذا كان حجم العينة قد تحدد ب 144 مفردة فإن عينة الحصص تتوزع كالتالي: 04 مفردة من التخصصات العلمية، و 04 من الأدبية. ويتم إجراء المقابلات مع العدد المطلوب من كل فئة دون الالتزام بعشوائية الاختيار، فكل المطلوب هو

أن تضم العينة حصة من كل فئة حسب وجودها في المجتمع. لكنها تختلف عن العينة الطبقية في كون المستطلع حر في اختيار مفردات العينة من كل طبقة أو حصة، حيث يستخدم التقدير الشخصي لاختيار الوحدات العينية من كل مجموعة على أساس نسبة محددة ذاتيا، أي مع عدم مراعاة ضرورة تطابق عدد الوحدات المختارة مع نسب مختلفة (بدوي، 1979، ص87).

وتستخدم هذه الطريقة في حالة وجود مجتمع كبير، ويضطر الباحث إلى اختيار نسبة معينة من كل طبقة، وتتم في الخطوات التالية:

- تحديد صفات المجتمع الذي نقوم بدراسته.
- تحديد حجم العينة المطلوبة على وفق الأساليب المعروفة.
- تحديد حصة كل فئة من الفئات التي تم اختيارها وبحسب متطلبات الدراسة.

على غرار العينة الحصصية يواجه الباحث في دراسته لمجتمع ما صعوبة الحصول على قائمة بكامل المفردات، حتى يتمكن من سحب مفردات العينة وفق الأساليب المعروفة بهذا الصدد، نظرا لاستحالة الحصول على هذه القائمة، أو لضخامة تكاليف إعدادها، من حيث الوقت والإمكانات المادية. هذا في الوقت الذي لا تتوفر فيه لديه (الباحث) المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع، للتعرف على الفئات المكونة له، وعلى نسبتها ضمنه (بن مرسل، 2010، ص192).

9: العينة العنقودية: تقسيم المجتمع إلى مجموعات أو عناقيد ثم اختيار بعض هذه المجموعات عشوائيا وجمع بيانات كل أفرادها.

مثال: اختيار مدارس معينة عشوائيا وجمع بيانات تلاميذتها.

العينة العنقودية هي من أنواع العينات الاحتمالية، وفيها يلجأ الباحث إلى تحديد أو اختيار العينة ضمن عدة مراحل، ففي المرحلة الأولى يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى فئات حسب معيار معين، ومن ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر بطريقة عشوائية، ويتم استبعاد الشرائح نهائيا، التي لم تقع ضمن الإطار نهائيا، وفي المرحلة الثانية يتم تقسيم الشرائح التي وقع عليها الاختيار في المرحلة السابقة إلى شرائح أو فئات جزئية أخرى، ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر منها وبطريقة عشوائية أيضا، وهكذا يستمر الباحث حتى يتم الوصول إلى الشريحة النهائية، والتي يقوم بالاختيار منها بشكل عشوائي مفردات العينة

المطلوبة، وتوفر هذه العينة على الباحث الكثير من الوقت والجهد والتكلفة، لكن يؤخذ عليها احتمالية عدم تمثيلها لمجتمع الدراسة الأصلي، خاصة في حالة عدم تجانس هذا المجتمع.

10: عينة الكرة الثلجية: في عينات الكرة الثلجية نبدأ من خلال تحديد شخص مستوفي لمعايير إدراجه في الدراسة ثم نطلب منه أن يوصينا بآخرين من الذين يعرفهم وممن يستوفون المعايير أيضا، وهكذا دواليك. وبالتالي يبدو حجم مفردات العينة وكأنه ينمو تدريجيا مثل كرة الثلج المتدرجة. ومع تزايد حجم العينة تتراكم البيانات المناسبة والمفيدة للبحث.

وعلى الرغم من أن هذا الأسلوب من شأنه أن يؤدي بالكاد إلى عينات تمثيلية، فهناك حالت قد يعتبر فيها أفضل طريقة متاحة، وخاصة عندما نتعامل مع أقليات، مجموعات خفية يصعب على الباحثين مقابلة مفرداتها أو يكون من الصعب العثور عليها.

11: العينة الصدفة: على غرار العينة الحصصية والعينة العنقودية، فإن الباحث يستخدم العينة الصدفة في البحث، عندما يواجه صعوبة حصر مفردات المجتمع الأصلي، وإعداد قائمة سحب العينة، مما يجعل مهمة تنفيذ هذا السحب عشوائيا أو منتظما أو عمديا أمر غير ممكن. في ظل هذه الظروف يلجأ الباحث إلى اختيار أسلوب الصدفة في مقابلة المفردات المكونة لعينة البحث (بن مرسلي، 2010، ص 195).

إن الشيء الواجب تسجيله في استخدام عينة الصدفة هو: أن الباحث لا يمكن له في أي حال من الأحوال تقدير مدى تمثيل العينة للمجتمع الأصلي، لأن الاختيار هنا تم دون الدراسة المسبقة لطبيعة المفردات المكونة لهذا الأخير، وبالتالي معرفة ما تم أخذه من مفردات كعينة، أو ما تم استبعاده منها، لذا يرى الباحثون أن هذا النوع من العينات لا يضمن التمثيل الدقيق للمجتمع الأصلي، وبالتالي يبقى تعميم النتائج المتوصل إليها عن طريق عينة الصدفة على مجتمع البحث كله يفتقر إلى المصداقية العلمية الكاملة (بن مرسلي، 2010، ص 195).

سابعا: مزايا وعيوب العينات غير العشوائية:

1:7: مزايا العينات غير العشوائية:

- مناسبة للدراسات الاستكشافية والنوعية.
- سهولة التطبيق وأقل تكلفة مقارنة بالعينة العشوائية.

- تمكّن الباحث من الوصول إلى مجموعات خاصة أو نادرة.
- مرنة ويمكن تعديلها حسب ظروف الدراسة والبيئة البحثية (عبد الرحمن، د س ن، ص 98).

2:7: عيوب العينات غير العشوائية:

- تحتوي على احتمالية عالية للانحياز، حيث قد لا تمثل المجتمع بشكل دقيق.
- صعوبة تعميم النتائج على كامل المجتمع الأصلي.
- تحليل إحصائي محدود مقارنة بالعينات الاحتمالية.
- النتائج قد تكون مرتبطة بخبرة الباحث أو اختيار الأفراد الأكثر توافراً (كريشان، 2010، ص 123).

تُعد العينات غير العشوائية أدوات قيمة في البحث العلمي، خصوصاً عندما يكون الهدف استكشاف المعلومات النوعية أو الوصول إلى مجموعات محددة، إلا أن الباحث يجب أن يكون واعياً لقيود هذه الطريقة فيما يتعلق بالتحيز وصعوبة التعميم، ولضمان مصداقية النتائج، يُنصح بالجمع بين العينات غير الاحتمالية وأساليب أخرى، أو توثيق معايير اختيار العينة بدقة.

خلاصة:

العينة تمثل العمود الفقري لأي دراسة علمية، إذ يضمن اختيارها الصحيح جمع بيانات دقيقة، تحليل موثوق، وإمكانية تعميم النتائج، بينما الاختيار غير الصحيح قد يؤدي إلى تحيز النتائج وتقليل مصداقية البحث.

المحور الرابع

نظريات ومدارس الرأي العام وعلاقته بالحكومات

المحاضرة الثانية عشرة:

نظريات الرأي العام ومدارسه الفكرية.

المحاضرة الثالثة عشرة:

الرأي العام وعلاقته بالسياسة.

محاضرة الثانية عشرة: نظريات الرأي العام

ومدارسه الفكرية

خصصنا هذه المحاضرة لشرح أهم نظريات الرأي العام ومن خلالها مختلف المدارس الفكرية التي اهتمت في جزء أبحاثها للحديث مطولا عن الرأي العام ومنها المدرسة الألمانية، المدرسة الإيطالية، المدرسة الأمريكية، المدرسة الانجليزية ... الخ.

مقدمة:

إنّ دراسة نظريات الرأي العام ومدارسه الفكرية ليست مجرد استعراض تاريخي لتطور الفكر الاجتماعي والسياسي، بل هي مدخل أساسي لفهم ديناميكية المجتمعات المعاصرة، خصوصاً في ظل التحولات الاتصالية التي أحدثتها الشبكات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث لم يعد الرأي العام يُنتج في قاعات الصحف أو قنوات التلفزيون فحسب، بل في فضاءات إلكترونية مفتوحة تتسم بالتفاعلية والفورية والتعددية في التعبير.

ومن هذا المنطلق، تأتي أهمية تسليط الضوء على أبرز النظريات والمدارس الفكرية التي تناولت مفهوم الرأي العام، من خلال تحليل منطلقاتها الفلسفية، وأهم روادها، وإسهاماتها في تفسير كيفية تكوين الاتجاهات العامة وتفاعلها مع الخطاب الإعلامي والسياسي، كما تهدف إلى بيان التحولات التي طرأت على هذا المفهوم في ظل البيئة الاتصالية الحديثة، من الرأي العام التقليدي إلى الرأي العام الرقمي، ومن الجماهير الصامتة إلى المجتمعات المتصلة.

لقد شكّل مفهوم الرأي العام محوراً مركزياً في الفكر الاجتماعي والسياسي منذ القرن الثامن عشر، ما جعله موضوعاً للجدل والنقاش داخل عدد من المدارس الفكرية التي حاولت تفسير طبيعته وآليات تكوينه وتأثيره في الحياة العامة. وقد انطلقت هذه المدارس من خلفيات فلسفية ومنهجية مختلفة، مما أدى إلى تعدد المقاربات النظرية في فهم الرأي العام وتطوره عبر الزمن.

أولاً: نظريات الرأي العام:

يُعدّ مفهوم الرأي العام من أكثر المفاهيم تعقيداً في ميدان علوم الاتصال والعلوم السياسية، نظراً لتداخله مع عدة عناصر كالإعلام، والثقافة، والنظام السياسي، والسلوك الجماعي، وقد سعى العديد من الباحثين والمفكرين إلى تفسير كيفية تشكّل الرأي العام وآليات تأثيره في المجتمع والسياسة، فظهرت مجموعة من النظريات التي أسهمت في بلورة الفهم العلمي لهذه الظاهرة كلّ من زاوية مختلفة ومنطلق نظري خاص.

1:1: نظرية لولب الصمت:

من أبرز هذه النظريات نظرية دوامة الصمت التي طورتها الباحثة الألمانية إليزابيث نوبل نيومان في سبعينيات القرن الماضي، والتي تفترض أن الأفراد يميلون إلى إخفاء آرائهم عندما يشعرون بأنها تتعارض مع الاتجاه السائد في المجتمع خوفاً من العزلة الاجتماعية. وبذلك يتعزز الرأي السائد في وسائل الإعلام ويتراجع الرأي المخالف تدريجياً، فينشأ نوع من "الدوامة" التي تركز سيطرة خطاب واحد.

تُبرز هذه النظرية الدور الكبير لوسائل الإعلام في تكوين المناخ العام للرأي داخل المجتمع، إذ إنها تحدد ما يُقال وما يُسكت عنه (زغيب، 2004، ص77).

2:1: نظرية وضع الأجندة:

كما قدّمت نظرية وضع الأجندة التي صاغها ماكسويل ماك كومبس ودونالد شو تفسيراً مختلفاً لتأثير الإعلام في الرأي العام، إذ ترى أن وسائل الإعلام لا تُخبر الناس بما يفكرون فيه، بل تُحدّد لهم ما يجب أن يفكروا فيه من خلال التركيز على قضايا معينة وتجاهل أخرى. وهكذا تُمارس وسائل الإعلام سلطة خفية في تحديد أولويات الجمهور واتجاهاته تجاه الأحداث السياسية والاجتماعية (عبد الحليم، 2013، ص89).

3:1: نظرية الفضاء العام:

أما نظرية الفضاء العام التي طورها الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس، فقد أعادت تعريف الرأي العام في سياق ديمقراطي عقلاني، معتبرةً أن الرأي العام يتكوّن من خلال نقاش حر وعقلاني بين المواطنين في فضاء مفتوح ومستقل عن الدولة والسوق. في هذا الفضاء، تُتداول القضايا العامة ويتم التوصل إلى

توافقات عقلانية تُعبّر عن الإرادة الجماعية. وقد مثلت هذه النظرية مرجعاً أساسياً في فهم علاقة الرأي العام بالممارسة الديمقراطية وحرية التعبير (أيمن منصور، 2017، ص65).

4:1: نظرية القيادة الرأية:

في المقابل، ركزت نظرية القيادة الرأية التي وضعها بول لازارسفيلد وإيهو كاتز على البنية الاجتماعية لانتقال الأفكار. فقد وجدت أبحاثهما أن التأثير الإعلامي لا يتم بشكل مباشر من وسائل الإعلام إلى الجمهور، بل يمرّ عبر قادة الرأي الذين يستقبلون الرسائل الإعلامية أولاً، ثم يعيدون نقلها وتفسيرها وفق قيمهم واتجاهاتهم إلى أفراد آخرين داخل المجتمع. وتبرز هذه النظرية دور العلاقات الشخصية والتفاعل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام (عريق، 2018، ص87).

5:1: نظرية الاستخدامات والإشباع:

كما اهتمت نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الرأي العام من منظور الجمهور، حيث اعتبرت أن الأفراد ليسوا متلقين سلبيين، بل يختارون وسائل الإعلام التي تُشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية مثل الحاجة إلى المعرفة، والتسلية، والانتماء، والتأثير في الآخرين. وبالتالي فإن تشكيل الرأي العام يصبح عملية تفاعلية تعتمد على الدوافع الفردية بقدر ما تعتمد على طبيعة المحتوى الإعلامي (قيطة، 2015، ص98).

6:1: النظرية النقدية:

من جهة أخرى، ساهمت النظرية النقدية التي نشأت ضمن مدرسة فرانكفورت، في تحليل الرأي العام من منظور أيديولوجي، معتبرة أن وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية الحديثة تُسهم في صناعة رأي عام موجه يخدم مصالح الطبقات المهيمنة. فالإعلام، وفق هذا الاتجاه، لا يعكس آراء الناس بقدر ما يُعيد إنتاج خطاب السلطة من خلال الترفيه والتسطيح والإعلانات التجارية. وقد عبّر مفكرو هذه المدرسة مثل هيربرت ماركوز وثيودور أدورنو عن قلقهم من تراجع الوعي النقدي للجماهير أمام السيطرة الثقافية والإعلامية (عبد الحليم، 2013، ص112).

7:1: نظرية الرأي العام الشبكي:

وفي السنوات الأخيرة، برزت نظريات معاصرة تناولت الرأي العام في ظل البيئة الرقمية، مثل نظرية الرأي العام الشبكي، التي تدرس كيفية تكوّن الاتجاهات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ونظرية الفضاء الرقمي العام التي ترى في الإنترنت امتداداً للفضاء العام التقليدي، لكنه أكثر ديناميكية وتعددية.

وقد أظهرت هذه النظريات أن الرأي العام لم يعد حكراً على المؤسسات الإعلامية الكبرى، بل أصبح نتيجة لتفاعلات فورية بين ملايين المستخدمين الذين ينتجون ويشاركون المحتوى بشكل مستمر.

وهكذا، يتضح أن نظريات الرأي العام قد تطورت بتطور المجتمعات ووسائل الاتصال، فانطلقت من التركيز على التأثير المباشر للإعلام إلى تحليل الأبعاد الاجتماعية والنفسية والسياسية والتكنولوجية لتشكيل المواقف والاتجاهات، وهي مجتمعة تبرز أن الرأي العام ليس ظاهرة ثابتة، بل عملية ديناميكية معقدة تعكس تفاعلات مستمرة بين الأفراد، ووسائل الإعلام، والسلطة، والثقافة، والتكنولوجيا.

ثانياً: المدارس الفكرية للرأي العام:

1:2: المدرسة الألمانية:

كان يُعبر عن فكرة الرأي العام في ألمانيا بمصطلح (سيكولوجيا الشعوب) واهتم "هيجل" في كتابه "فلسفة التاريخ" بالروح الوطنية أو الروح الخاصة بكل شعب من الشعوب.

إن الخبرة الألمانية ربطت مفهوم وظاهرة الرأي العام بنظرية الدولة، فقد عرفت الخبرة الألمانية محاولات متعددة لربط مفهوم الرأي العام بنظرية الدول، حيث اعتبر "جاكوب" سنة 1803م، أن الرأي العام هو أساس حكم القانون داخل الدولة. ولكن أكثر المساهمات الألمانية أصالة في تقييم الرأي العام في إطار النظرية السياسية وردت في كتاب الفيلسوف "هيجل" في كتابه مبادئ فلسفة الحق والقانون (محمد علي، 1982، ص65).

2:2: المدرسة الإيطالية:

ظهرت فكرة الرأي العام في هذه المدرسة متمثلة في سيكولوجية الجماهير. فقد كتب "تارد" في كتابه (الرأي العام والجمهور) أنه يُصور الجماهير بأنها حزمة مجتمعة فيها أنواع العدوى النفسية قد نشأت بالأساس عن اتصال جسماني. وتعرف المدرسة الإيطالية الرأي العام على أنه تجمع روحي خالص وعبرة عن تأثير أفراد منفصلين ماديا ومتحدنين عقليا.

3:2: المدرسة الأمريكية:

بدايات اهتمام المدرسة الأمريكية بالرأي العام بدأت بالتركيز على العوامل العاطفية وغير العقلية المؤثرة في تكوينه. وتعتبر كتابات كل من: "والتر ليبمان" و"ويلهلمباير" أمثلة توضح هذا الاتجاه.

يجب أن نميز بين ثلاث مجموعات عن المقومات العملية لظاهرة الرأي العام وعلاقتها بالسلطة السياسية الحاكمة، كل منها تحدد خصائص وتمتلك درجة معينة من درجات التكامل في التعبير عن ظاهرة الرأي العام (عيسى، 2001، ص66).

4:2: المدرسة الفرنسية:

كان "جان جاك روسو" أول فيلسوف يستخدم مصطلح الرأي العام وكان ذلك قبل استخدام مصطلح (الإرادة العامة) وهو من أوائل المنظرين السياسيين الذين استخدموا مفهوم الرأي العام، وواضح أن مفهوم إرادة الشعب يشير في المعنى العملي التطبيقي إلى جوهر الرأي العام في معناه المعاصر.

ويعود الفضل حقا للثورة الفرنسية في تبلور وظهور مصطلح الرأي العام الذي أخذ يتكرر وتداولته الكتابات السياسية والفكرية والاقتصادية قبل أن يخترق المفهوم الطريق إلى بقية أوروبا بأكملها وخصوصا إنجلترا.

وفي عصر النهضة في أوروبا وحتى الثورة الفرنسية ارتبط ظهور مصطلح الرأي العام بظهور الطبقة الوسطى وحدث تطور مهم في الكيفية التي تناول بها الفكر الفلسفي ما يسمى (بالرأي العام) فقد عده عنصرًا يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة. وان كان "ميكافيللي" استخدم مفهوم (صوت الشعب) للدلالة على (الرأي العام). وكان "ميكافيللي" من رواد المناداة بأهمية الاهتمام ب(صوت الشعب) أما "مونتيسكيو" فقد اختار مصطلح (الروح العامة) (يعرب، 1980، ص67).

5:2: المدرسة الانجليزية:

الاتجاه الأنجلوسكسوني: وهو الاتجاه السائد في دراسات الرأي العام في الوقت الراهن، الخبرة الانجليزية وتأسيس النظرية الديمقراطية التقليدية على الرأي العام: يؤكد "هوبز" على أن العالم تحكمه الآراء، في حين يقرر "هيوم" أن كل السلطات تقوم مهما كانت مطلقة على أساس الرأي العام، بينما اهتم "بنثام" في مؤلفاته الأولى مقدمة لمبادئ الأخلاق والتشريع، ونظرية التشريع بالرأي العام كأداة للرقابة الاجتماعية 1802م.

وقد طور "بنثام" نظريته عن الرأي العام كجزء من النظرية الديمقراطية للدولة والسلطة السياسية، فهو يتحدث في المجموعة الدستورية عما يسميه الرأي العام، والتي تُعد نظاما قانونيا نابعا من جسد الشعب.

ويعطينا الفيلسوف "كريستيان جارف" في بحثه حول الرأي العام تحليلا أكثر تفصيلا لماهية الرأي العام باعتباره اتفاق كثرة أو غالبية المواطنين في الدولة. ويمضي "جارف" ليؤكد صحة العبارة القائلة صوت الشعب من صوت الله، وليصل إلى أن الرأي العام قادر بشكل خاص على معالجة المبادئ العامة (محمد علي، 1979، ص 69).

6:2: المدرسة الماركسية _ الشيوعية _:

أما في المجتمعات التي كانت تُعرف بالاشتراكية والتي ظهرت في بداية القرن العشرين الماضي في الاتحاد السوفياتي وأوروبا الشرقية، فكان الرأي العام هو رأي الطبقة الشغيلة (العمال) أو ما يُعرف بالبروليتاريا العمالية. ولكن دراسة الرأي العام بالشكل الأكاديمي ظهرت في المدة الزمنية التي أعقبت الحرب العالمية الأولى عام 1914م، وتطور المفهوم كثيرا بعد الحرب العالمية الثانية (1939 - 1945).

ومنذ بداية الثلاثينات بدأ ما يسمى بأبحاث قياس الرأي العام حيث تقوم هذه الأبحاث بقياس مواقف وردود الأفعال عن القضايا والموضوعات التي تشهدها الحياة السياسية والاجتماعية. وأصبح للرأي العام دور كبير في صياغة الأحداث وفي توجيهها وبات أصحاب القرار السياسي يضعونه في حساباتهم (بدوي، 1979، ص 69).

7:2: المدرسة الليبرالية الكلاسيكية:

تُعدّ المدرسة الليبرالية الكلاسيكية من أقدم المدارس التي تناولت مفهوم الرأي العام، حيث ربطت بينه وبين الحرية السياسية وحق المشاركة في الشأن العام. فقد نظر مفكروها، مثل جون لوك وجان جاك روسو وجون ستيوارت ميل، إلى الرأي العام باعتباره تعبيراً عن إرادة المواطنين الأحرار، ومصدراً لشرعية الحكم في الدولة الديمقراطية. ووفق هذا المنظور، يشكّل الرأي العام قوة أخلاقية رقابية تُوجّه السلطة وتحدّ من استبدادها، شريطة أن تتوفر حرية التعبير والنقاش المفتوح داخل المجتمع (عمار وهاني، 1998، ص68).

8:2: المدرسة السوسولوجية:

أما المدرسة السوسولوجية، فقد ركزت على البعد الاجتماعي في تكوين الرأي العام، معتبرةً أنه ليس مجرد تجميع لآراء الأفراد، بل هو نتاج تفاعل جماعي يتأثر بالبُنى الاجتماعية والثقافية للمجتمع. فالرأي العام هنا يُفهم باعتباره عملية ديناميكية تتكوّن داخل الجماعات والمؤسسات الاجتماعية من خلال النقاش، والتواصل، وتبادل الخبرات. وقد أسهم في ترسيخ هذا الاتجاه علماء الاجتماع مثل إميل دوركايم وهربرت بلومر، الذين رأوا أن الجماعة هي الوحدة الأساسية التي يُبنى فيها الرأي العام، وأن طبيعة العلاقات الاجتماعية تحدد شكل هذا الرأي واتجاهه (محمد زلطة، 2002، ص91).

9:2: المدرسة النفسية:

أما المدرسة النفسية فقد تناولت الرأي العام من زاوية السلوك الفردي والجماعي، مع التركيز على العوامل النفسية والانفعالية التي تؤثر في مواقف الأفراد تجاه القضايا العامة. فقد فسّر غوستاف لوبون وسيغموند فرويد ظاهرة الرأي العام في إطار نظرياتهم حول سيكولوجية الجماهير، مؤكدين أن الأفراد في التجمعات الكبيرة يميلون إلى الانقياد وراء العواطف والرموز أكثر من التفكير العقلاني، مما يجعل الرأي العام عرضة للتأثير عبر الخطاب العاطفي أو الدعائي (الهييتي، 2014، ص125).

10:2: المدرسة الإعلامية والاتصالية:

وفي منتصف القرن العشرين، برزت المدرسة الإعلامية أو الاتصالية التي ربطت بين الرأي العام ووسائل الإعلام الجماهيرية، معتبرةً أن الإعلام أصبح الأداة الأساسية في تشكيل المواقف والاتجاهات داخل المجتمع. وقد نشأت في إطار هذه المدرسة عدة نظريات مثل نظرية حارس البوابة، ونظرية وضع الأجندة، ونظرية دوامة الصمت، التي فسرت كيف تؤثر وسائل الإعلام في تحديد القضايا التي يفكر فيها الناس وطريقة تفكيرهم فيها. واعتبر باحثون مثل والتر ليبمان وإليزابيث نويل نيومان أن الرأي العام لم يعد نتاج النقاشات الفردية فحسب، بل أصبح إلى حد كبير نتاجاً لتأطير إعلامي منظم يوجّه انتباه الجمهور نحو قضايا بعينها (عمار وهاني، 1998، ص 87).

إنّ هذا التنوع في المدارس الفكرية يعكس ثراء مفهوم الرأي العام وتعقيده، فهو في نظر الليبراليين صوت الشعب، وفي نظر السوسولوجيين نتاج التفاعل الاجتماعي، وفي نظر النفسانيين تعبير عن سيكولوجية الجماهير، وفي نظر الإعلاميين نتيجة للتأثير الاتصالي. ومع ذلك، تتفق جميع هذه الاتجاهات على أن الرأي العام يظل ظاهرة اجتماعية متغيرة تتأثر بالبنية السياسية والثقافية والإعلامية للمجتمع، وتشكل في الوقت ذاته أداة أساسية في بناء الوعي الجماعي وصناعة القرار السياسي.

محاضرة الثالثة عشرة: الرأي العام وعلاقته بالسياسة

خصصنا هذه المحاضرة للحديث وشرح العلاقة بين الحكومات والرأي العام، أسباب اهتمام الحكومات بالرأي العام، النظام السياسي ودور الحكومات في تشكيل الرأي العام، مفهوم السياسة، علاقة السياسة بالرأي العام وأخيراً دور الرأي العام في صنع القرار السياسي.

مقدمة:

إن العلاقة بين الرأي العام والسياسة علاقة تفاعلية معقدة تتبادل فيها الأطراف التأثير والتأثر. فالرأي العام يُعدّ من جهة وسيلة للرقابة الشعبية على أداء الحكومات وصنّاع القرار، ومن جهة أخرى أداة توجيه تستخدمها النخب السياسية لتبرير سياساتها أو تعبئة الجماهير حول مشروع معيّن. فحينما يكون النظام السياسي ديمقراطياً ويتيح حرية التعبير وتداول المعلومات، يصبح الرأي العام قوة فاعلة تُسهم في توجيه السياسة العامة ومساءلة المسؤولين، أما في الأنظمة المغلقة، فيُختزل دوره في مجرد أداة تعبئة تخدم السلطة الحاكمة دون أن تعكس الإرادة الحقيقية للمجتمع.

من هنا، تبرز أهمية دراسة العلاقة بين الرأي العام والسياسة، لأنها تساعد على فهم كيف يؤثر الرأي العام في صنع القرار السياسي، وكيف تسعى القوى السياسية إلى توجيهه أو تعبئته لخدمة أهدافها. كما تسمح هذه الدراسة بتحليل الدور المتنامي الذي يلعبه الإعلام، سواء التقليدي أو الرقمي، في تشكيل الوعي السياسي وصياغة التصورات العامة حول القضايا الوطنية والدولية.

الأصل في النظم الديمقراطية أن تتيح للناس التعبير عن أفكارهم بحرية، وأن يمارسوا حق المناقشات الحرة المبنية على الحقائق الرئيسية عن أية قضية أو مسألة عامة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لإيجاد رأي عام قوي ناضج (الجمال، 1998، ص 107).

النظم الديمقراطية التقليدية تُعنى أساساً بالمساواة والحرية في جانبها السياسي دون المضمون الاقتصادي والاجتماعي، كما أن الديمقراطية قد تكون مباشرة أو شبه مباشرة أو تمثيلية ونيابية على اختلاف صور هذه الأخيرة من حكومة أو النظام الرئاسي أو النظام البرلماني.

ويرى البعض أن من أهم عيوب التطبيقات الديمقراطية أنها وإن كانت تقوم على أن الحكم للأغلبية إلا أنها في الواقع لا تحقق ذلك بل تؤدي على العكس إلى أن الحكم في النهاية يكون للأقلية أو الأقليات وليس للأغلبية. إن العلاج يكمن في التربية السياسية من ناحية وفي قوة الرأي العام من ناحية أخرى (بدر، 1998، ص232).

هذا والنظم الديكتاتورية تضع القيود على الحرية الفردية والجماعية وتفرض الرقابة على جميع وسائل الإعلام. وفي الغالب تملك الدولة نفسها هذه الوسائل وتُحرم تملكها على الأفراد والجماعات والهيئات. وتقوم الدولة نفسها أيضا بدعاية قوية ولا تتورع عن استخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتهويل والتضليل فضلا عن حجب الحقائق عن الشعب. والنتيجة في هذه الحالة هي خلق رأي عام مصطنع أو مفتعل.

هذا ويمكننا أن نرد النظم السياسية على اختلاف أشكالها إلى نظم تركز على الحقوق الفردية وتجعلها محل الرعاية والتقدير وتعفل حقيقة المجتمع الإنساني، ونظم أخرى تقوم على تقديس الدولة باعتبارها تشخيصا للمجتمع ولا ترى الفرد إلا رقما من الأرقام (السالموطي، 1999، ص233).

ينبغي لنا أن نقرر أن نجاح نظام سياسي معين في بلد معين لا يؤدي بالضرورة إلى نجاحه في البلاد الأخرى، ذلك لأن أصلح نظام سياسي ليس هو النظام التقليدي الذي يأتي من الغرب أو من الشرق، بل النظام الذي ينبع من احتياجات كل دولة ويتفق مع ظروفها ويعكس درجة التقدم الحضاري - الاقتصادي والثقافي والاجتماعي - الذي وصلت إليه دولة ما في مرحلة معينة.

أولا: العلاقة بين الحكومات والرأي العام:

تتسم علاقة الحكومات بالرأي العام بطابع تفاعلي معقد يقوم على التأثير المتبادل. فالحكومات، من جهة، تسعى إلى معرفة اتجاهات الرأي العام لقياس مدى قبول سياساتها وتعديلها عند الحاجة، باعتبار الرأي العام مرآة تعكس وعي المجتمع وتوجهاته. ومن جهة أخرى، تعمل الحكومات على توجيه هذا الرأي أو التأثير فيه عبر الخطاب السياسي، والاتصال الحكومي، ووسائل الإعلام الرسمية أو الخاصة الموالية. وفي الأنظمة الديمقراطية تقوم العلاقة على الحوار والشفافية والمساءلة، حيث يُعدّ الرأي العام شريكاً في صنع القرار، بينما في الأنظمة السلطوية تتحول العلاقة إلى علاقة أحادية الاتجاه، يكون

فيها الرأي العام موضوعاً للضبط والسيطرة أكثر من كونه مصدراً للتوجيه أو الشرعية (المسدي، 2016، ص156).

العلاقة بين الحكومة والرأي العام هي علاقة متبادلة وذات شقين، فالرأي العام يؤثر على الحكومة، كما أن الحكومة تؤثر على الرأي العام والرأي العام يؤثر بصفة مباشرة على الحكومة عن طريق الانتخابات والاستفتاءات الحرة وقياسات الرأي العام، كما يؤثر الرأي العام على أعمال الحكومة بصفة غير مباشرة كذلك، عن طريق الجماعات الضاغطة أو الاتصالات بين الأشخاص ذوي النفوذ، كما يشمل هذا التأثير غير المباشر أيضاً تأثير الصحافة وأجهزة الإعلام وخصوصاً إذا لم تكن مملوكة للحكومة.

ثانياً: أسباب اهتمام الحكومات بالرأي العام:

إن اهتمام الحكومات بالرأي العام والعمل على إعلامه أو تطويعه يعود للأسباب التالية (الدايش، د س ن، ص89):

1:2:ازدياد حاجة الجمهور للمعلومات:

لقد ازدادت حاجة الجمهور للمعلومات عن المشاكل العامة وخصوصاً تلك التي تتميز بطبيعة فنية معقدة. وتحرص الحكومة على تزويد الرأي العام بهذه المعلومات بصفة مستمرة حتى لا يؤدي جهل الجمهور بالأمر العامة إلى عزوفه عن المشاركة السياسية بمختلف صورها.

2:2: ازدياد أوجه النشاط الحكومي:

لم تعد وظيفة الحكومات قاصرة على دور رجل الشرطة، بل تركز اهتمامها في العصر الحاضر على القيام بالخدمات وزيادة الإنتاج من أجل رفاهية الشعب، ومن ثم أصبح لزاماً على الحكومة، لا أن تعتمد على تأييد الشعب لخططها وأهدافها فحسب بل أن يشارك الشعب ايجابياً في تحقيق تلك الخطط عن إيمان وطوعية.

3:2: ازدياد السلطة التنفيذية:

لقد ازداد دور السلطة التنفيذية على حساب السلطات الدستورية الأخرى التشريعية والقضائية، ويلاحظ أن ذلك قد تم في كثير من البلاد على اختلاف مذاهبها السياسية والاجتماعية، ومن ثم فكثيراً ما

تتولى السلطة التنفيذية زمام المبادرة بالنسبة للتشريعات الجديدة أو بالنسبة لوضع السياسات الداخلية واتخاذ قرارات السياسة الخارجية (بدر، 1998، ص234).

4:2: ازدياد وعي الجمهور:

يجب أن نأخذ في اعتبارنا تغير دور الرأي العام نفسه وتطور وسائل الإعلام الجماهيري التي يمكن أن تساعد على ظهور قيادات الرأي العام بين الجماهير. وكلما أصبح الجمهور أكثر وعياً وأكثر تعلمًا كلما ازداد اهتمامه بالأمر العام. ومن ثم يصبح من العسير على الحكومة أن ترضي الرأي العام بالإجابات الغامضة المبهمة، بل يتحتم عليها أن تزود الجمهور بالمعلومات الصحيحة التي تشرح له المشاكل والقضايا وأسبابها ووسائل حلها.

5:2: التكنولوجيا تحت يد الحكومة:

لقد وضعت الثورة التكنولوجية المعاصرة تحت يد المسؤولين الحكوميين من الأدوات والأجهزة التي تستطيع الحكومة بواسطتها أن تشكل الرأي العام نحو الخير أو الشر، وما الصحافة والإذاعة إلا بعض أدوات تلك الثورة التكنولوجية التي يمكن أن تنتقل إلى كل بيت وفي كل وقت تصريحات القادة وخطبهم وتقلاتهم، وأوجه نشاطاتهم.

هذا ويمكن للحكومة أن تؤثر على الرأي العام بطريقة إيجابية أو سلبية، وذلك بمنع أو بمنح المعلومات التي تملكها الأجهزة الحكومية كما تستخدم معظم الأجهزة الحكومية خبراء في العلاقات العامة وشؤون الصحافة وغيرهم من خبراء الإعلام، وذلك لمساعدة هذه الأجهزة والمسؤولين فيها على تشكيل الرأي العام وتوجيهه أو إعلامه أو تثقيفه (معن، 1983، ص236).

ثالثاً: النظام السياسي ودور الحكومات في تشكيل الرأي العام:

1:3: مفهوم السياسة:

السياسة هي فن إدارة الشؤون العامة للدولة، وتشمل عملية صنع القرار وتوزيع السلطة وتحديد المصالح والأهداف العامة. وهي تُعبّر عن التفاعل بين الدولة والمجتمع في سبيل تحقيق النظام والاستقرار والعدالة.

في الفكر السياسي الحديث، أصبحت السياسة تشمل ليس فقط مؤسسات الحكم، بل أيضاً الفضاءات الاجتماعية والإعلامية التي تؤثر في صناعة القرار وتوجيهه (عزي، 2003، ص134).

2:3: علاقة السياسة بالرأي العام:

تتجلى العلاقة بين السياسة والرأي العام في عدة مستويات:

- 1:2:3: مستوى التأثير المباشر: إذ يسهم الرأي العام في توجيه السياسات العامة عبر الانتخابات، والاستفتاءات، وضغط الرأي الشعبي.
- 2:2:3: مستوى التأثير غير المباشر: من خلال تشكيل اتجاهات جماعية تُجبر النخبة السياسية على تعديل خطاباتها أو برامجها لتتوافق مع تطلعات الجمهور.
- 3:2:3: مستوى التفاعل الإعلامي: حيث تلعب وسائل الإعلام دور الوسيط بين المواطنين وصنّاع القرار، فتنقل توجهات الرأي العام وتعيد صياغة النقاش السياسي في المجال العام (عبد الحميد، 1983، ص134).

رابعاً: دور الرأي العام في صنع القرار السياسي:

• 1:4: الرأي العام كأداة رقابة:

في الأنظمة الديمقراطية، يُعدّ الرأي العام سلطة غير رسمية تمارس الرقابة على أداء الحكومات. فهو يعبر عن رضا أو رفض الجماهير للسياسات العامة، ويؤثر في إعادة تشكيل النخب السياسية عبر صناديق الاقتراع.

• 2:4: الرأي العام كعنصر من عناصر الشرعية السياسية:

تسعى الحكومات الحديثة إلى اكتساب الشرعية السياسية من خلال الاستناد إلى دعم الرأي العام، فكلما حظيت السياسات بقبول واسع من المواطنين، ازدادت قدرة السلطة على الاستمرار والاستقرار.

• 3:4: توجيه الرأي العام في النظم السلطوية:

في المقابل، تسعى بعض الأنظمة إلى توجيه أو صناعة الرأي العام عبر أدوات إعلامية رسمية، أو عبر تقييد حرية التعبير، مما يجعل الرأي العام انعكاساً لخطاب السلطة لا لتوجهات المواطنين الفعلية (عوض، 2008، ص77).

الأصل في النظم الديمقراطية أن تتيح للناس التعبير عن أفكارهم بحرية، وأن يمارسوا حق المناقشات الحرة المبنية على الحقائق الرئيسية عن أية قضية أو مسألة عامة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لإيجاد رأي عام قوي ناضج (الجمال، 1998، ص107).

النظم الديمقراطية التقليدية تُعنى أساساً بالمساواة والحرية في جانبها السياسي دون المضمون الاقتصادي والاجتماعي، كما أن الديمقراطية قد تكون مباشرة أو شبه مباشرة أو تمثيلية ونيابية على اختلاف صور هذه الأخيرة من حكومة أو النظام الرئاسي أو النظام البرلماني.

ويرى البعض أن من أهم عيوب التطبيقات الديمقراطية أنها وإن كانت تقوم على أن الحكم للأغلبية إلا أنها في الواقع لا تحقق ذلك بل تؤدي على العكس إلى أن الحكم في النهاية يكون للأقلية أو الأقليات وليس للأغلبية. إن العلاج يكمن في التربية السياسية من ناحية وفي قوة الرأي العام من ناحية أخرى (بدر، 1998، ص232).

هذا والنظم الديكتاتورية تضع القيود على الحرية الفردية والجماعية وتفرض الرقابة على جميع وسائل الإعلام، وفي الغالب تملك الدولة نفسها هذه الوسائل وتُحرم تملكها على الأفراد والجماعات والهيئات. وتقوم الدولة نفسها أيضاً بدعاية قوية ولا تتورع عن استخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتحويل والتضليل فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب، والنتيجة في هذه الحالة هي خلق رأي عام مصطنع أو مفتعل (إسماعيل، 2010، ص154).

هذا ويمكننا أن نرد النظم السياسية على اختلاف أشكالها إلى نظم تركز على الحقوق الفردية وتجعلها محل الرعاية والتقدير وتغفل حقيقة المجتمع الإنساني، ونظم أخرى تقوم على تقدير الدولة باعتبارها تشخيصاً للمجتمع ولا ترى الفرد إلا رقماً من الأرقام. (الجوهري، 1973، ص233)

ينبغي لنا أن نقرر أن نجاح نظام سياسي معين في بلد معين لا يؤدي بالضرورة إلى نجاحه في البلاد الأخرى، ذلك لأن أصلح نظام سياسي ليس هو النظام التقليدي الذي يأتي من الغرب أو من الشرق، بل النظام الذي ينبع من احتياجات كل دولة ويتفق مع ظروفها ويعكس درجة التقدم الحضاري - الاقتصادي والثقافي والاجتماعي - الذي وصلت إليه دولة ما في مرحلة معينة.

تُعد الأنظمة السياسية الإطار الذي يحدد طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وهي التي ترسم حدود حرية التعبير والتداول الإعلامي، وبالتالي تؤثر بصورة مباشرة في تكوين وتوجيه الرأي العام. فالرأي العام لا يتشكل في فراغ، بل في بيئة سياسية وقانونية وإعلامية تُسهم في تحديد مدى انفتاح النقاش العام أو انغلاقه، وتؤثر في نوعية المعلومات المتاحة للمواطنين، وطريقة تداولها في الفضاء العام. لذلك، يُعتبر النظام السياسي أحد العوامل الجوهرية التي تحدد طبيعة الرأي العام وفاعليته في الحياة السياسية (عبد العزيز، 2012، ص54).

في الأنظمة الديمقراطية، يقوم تشكيل الرأي العام على أسس من التعددية والشفافية وحرية التعبير، فوجود مؤسسات سياسية منتخبة ووسائل إعلام مستقلة يتيح للمواطنين الاطلاع على مختلف الآراء والمواقف، ويشجعهم على المشاركة في النقاشات العامة.

كما تُعدّ حرية الصحافة وحماية الحق في الوصول إلى المعلومة من الركائز الأساسية التي تسمح بتشكيل رأي عام حرّ ومنتوّع يعكس الاتجاهات الفعلية للمجتمع. وفي هذا السياق، يصبح الرأي العام قوة رقابية حقيقية تساهم في توجيه السياسات العامة ومساءلة السلطة، مما يجعل صانعي القرار أكثر استجابة لتطلعات المواطنين، وتُعتبر الانتخابات، والاستفتاءات، ووسائل الإعلام المفتوحة، آليات مؤسسية تُمكن الرأي العام من التأثير المباشر في عملية صنع القرار (إمام، 2009، ص67).

أما في الأنظمة السلطوية أو الشمولية، فإن الرأي العام غالباً ما يكون موجهاً أو مُصنّعاً من قِبَل السلطة. فهذه الأنظمة تميل إلى التحكم في تدفق المعلومات عبر الرقابة على وسائل الإعلام، وتقييد حرية الصحافة، والسيطرة على الخطاب العام، مما يؤدي إلى تكوين رأي عام صوري يعكس توجهات النظام أكثر مما يعكس مواقف المواطنين، وتُستخدم أدوات الدعاية والإعلام الرسمي لتعبئة الجماهير وتبرير السياسات الحكومية، فيتحول الرأي العام إلى أداة دعم رمزية بدلاً من أن يكون وسيلة نقد أو

مسألة. كما تُستبدل التعددية الإعلامية بـ "التوحيد الخطابي" الذي يهدف إلى خلق إجماع ظاهري حول شرعية السلطة وسياساتها (إمام، 2009، ص96).

بين هذين النموذجين توجد أنظمة هجينة تجمع بين بعض سمات الديمقراطية والسلطوية، حيث تسمح بقدر من حرية التعبير، لكنها تُبقي على أدوات للتوجيه والضبط الإعلامي والسياسي.

في هذه الحالة، يكون الرأي العام موجوداً لكنه محدود التأثير، إذ قد يُسمح له بالتعبير، ولكن دون أن تكون له القدرة الحقيقية على التأثير في القرار السياسي أو محاسبة السلطة. وغالباً ما تُستخدم استطلاعات الرأي ووسائل الإعلام الخاصة في مثل هذه الأنظمة لقياس المزاج الشعبي، لا لتبني توجهاته، بل لتوجيه الخطاب السياسي بما يضمن استقرار النظام الحاكم (الشرع، 2015، ص201).

إنّ تأثير الأنظمة السياسية في تشكيل الرأي العام لا يتوقف عند حدود التشريعات أو البنى المؤسساتية، بل يمتد إلى الثقافة السياسية السائدة داخل المجتمع. فكلما كانت الثقافة السياسية قائمة على المشاركة والتعددية والانفتاح، كان الرأي العام أكثر وعياً ونضجاً واستقلالية، والعكس صحيح. لذلك، فإن دراسة الرأي العام لا يمكن فصلها عن الإطار السياسي الذي يتكوّن فيه، لأن النظام السياسي هو الذي يحدّد طبيعة المجال العام الذي يتفاعل داخله الأفراد، ومدى قدرتهم على التعبير والمشاركة في الشأن العام.

وفي ضوء التحولات التكنولوجية الحديثة، حتى الأنظمة السلطوية أصبحت تواجه صعوبة في السيطرة الكاملة على تشكيل الرأي العام، خاصة بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي التي فتحت فضاءات بديلة للنقاش العام، ومكّنت الأفراد من تجاوز الاحتكار الإعلامي الرسمي. وهكذا أصبح تشكيل الرأي العام في العصر الرقمي نتاج تفاعل معقد بين إرادة السلطة السياسية، وحرية الإعلام، وفاعلية المجتمع المدني، والفضاء الرقمي الحر الذي يُعيد رسم حدود التأثير والرقابة في العملية السياسية (قيراط، 2018، د ص).

يتضح أن العلاقة بين الرأي العام والسياسة علاقة عضوية تقوم على التفاعل المتبادل. فكل قرار سياسي يستمد قوته من مدى قبوله لدى الرأي العام، وكل تحوّل في الرأي العام يمكن أن يغيّر اتجاه السياسات العامة، وتلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في هذا التفاعل، فهي التي تربط بين المواطنين

وصنّاع القرار، وتشكل أداة للتعبير والمساءلة والمشاركة في آن واحد. ومن هنا تتبع أهمية دراسة الرأي العام السياسي باعتباره مرآة الوعي الجمعي ومؤشراً على صحة الحياة الديمقراطية في أي مجتمع.

الخاتمة

يتضح من دراسة العلاقة بين الرأي العام والسياسة أن الرأي العام يمثل عنصراً مركزياً في العملية السياسية، إذ يعكس التوجهات والمواقف الجماعية للأفراد تجاه القضايا السياسية والاجتماعية. فالرأي العام ليس مجرد انعكاس سلبي للسياسات، بل هو فاعل نشط ومؤثر، يحدد أحياناً اتجاهات السياسات ويضغط على صنّاع القرار لتبني خيارات معينة أو تعديل سياسات قائمة.

وتتجلى أهمية الرأي العام في السياسة من خلال وظائفه المتعددة، إذ يعمل كوسيلة للتواصل بين المواطن والدولة، وكآلية للمساءلة والمراقبة الشعبية، كما يشكّل مرجعية لفهم أولويات المجتمع واحتياجاته. في الوقت نفسه، تظهر الدراسات أن الرأي العام يتأثر بشكل كبير بالعوامل الإعلامية، والسياسية، والاجتماعية، ما يبرز دور الإعلام والقادة السياسيين في توجيه الرأي العام وصياغة أولوياته.

وعلى الرغم من هذا التأثير المتبادل، فإن العلاقة بين الرأي العام والسياسة تبقى معقدة وديناميكية. فالرأي العام يمكن أن يدعم السياسات أو يعارضها، ويمكن أن يشكّل قوة ضاغطة تدفع الحكومات إلى التغيير، وفي أحيان أخرى قد تُستغل وسائل الإعلام والتواصل السياسي لتوجيه الرأي العام بما يخدم أهداف السلطة. ومن هنا تنشأ الحاجة لفهم آليات تكوّن الرأي العام، ونظمه، والمدارس الفكرية التي تفسر تأثيراته على الحياة السياسية، بما يسمح بوضع استراتيجيات سياسية أكثر فاعلية وتجاوباً مع المجتمع.

تُعد دراسة علاقة الرأي العام بالسياسة من أبرز المواضيع في العلوم السياسية والإعلامية، إذ يعبر الرأي العام عن توجهات المجتمع ومواقفه تجاه القضايا السياسية والاجتماعية، ويشكّل قوة فاعلة في توجيه السياسات وصياغة القرارات. فالسياسات العامة لا تُبنى بمعزل عن الرأي العام، بل غالباً ما تتأثر بالضغط الشعبي، سواء بشكل مباشر عبر الاحتجاجات والمطالب الاجتماعية، أو غير مباشر من خلال وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري التي تشكّل وتوجه الرأي العام.

تُظهر الدراسات أن الرأي العام ليس مجرد انعكاس سلبي لقرارات السلطة، بل هو فاعل نشط في العملية السياسية. فالأفراد والجماعات من خلال آرائهم ومواقفهم يعبرون عن أولوياتهم واحتياجاتهم، ما

يفرض على صناع القرار الانتباه لهذه التوجهات عند وضع السياسات. وقد أبرزت التجارب التاريخية والسياسية أن الحكومات التي تتجاهل الرأي العام تواجه صعوبات في تحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي، بينما تلك التي تتفاعل معه بطريقة فاعلة تحقق توافقاً أكبر بين السياسات والمجتمع.

وفي هذا الإطار، يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، حيث يحدد الموضوعات التي تُناقش ويبرز القضايا ذات الأولوية، وهو ما يظهر بوضوح في نظريات مثل نظرية ترتيب الأجندة ودوامة الصمت وتدفق الرسائل على خطوتين، كما أن قادة الرأي والمؤسسات الاجتماعية والسياسية يمكن أن يؤثروا في توجهات الرأي العام بما يتوافق مع أهدافهم، وهو ما يجعل العلاقة بين الرأي العام والسياسة علاقة ديناميكية ومتبادلة التأثير.

في الختام، يمكن القول أن الرأي العام يمثل حلقة وصل حيوية بين المجتمع والدولة، وهو عنصر مؤثر في الاستقرار السياسي وصنع القرار. ففهم ديناميكيات تكوّن الرأي العام، ومدى تأثيره على السياسات، وتمكين الأفراد من المشاركة الفاعلة، كلها عوامل تجعل دراسة هذا المجال أساسية لأي تحليل سياسي أو اجتماعي معاصر.

إن تجاهل دور الرأي العام في الحياة السياسية يهدد شرعية القرارات ويقلل من فاعلية السياسات العامة، بينما استيعابه وإدارته بشكل علمي يعزز من الديمقراطية والمشاركة المجتمعية ويقوي العلاقات بين الحاكم والمحكوم.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

أولاً: القرآن الكريم:

1. سورة الشورى، الآية رقم 38.

ثانياً: الكتب باللغة العربية:

1. أبراش، إبراهيم، (1999)، تاريخ الفكر السياسي، دار بابل للطباعة والنشر: المغرب.
2. أبو أصبع، صلاح خليل، (2001)، الاتصال الجماهيري، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع: الأردن.
3. أحمد حلمي، جمعة، (1983)، المرشد في كتابة الأبحاث، ط4، دار الشروق: جدة.
4. إمام، إبراهيم، (1985)، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي: مصر.
5. إمام، إبراهيم، (2009)، الإعلام والمجتمع، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
6. أنجرس، موريس، (2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ط1، دار القصة للنشر: الجزائر.
7. أنصار، بيار، (1992)، العلوم الاجتماعية المعاصرة، ط2، تر: نخلة فريفر، المركز الثقافي العربي: بيروت.
8. الباز، علي، (2002)، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية.
9. بدر أحمد، (1979)، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، دار قباء للطباعة والتوزيع: القاهرة.
10. بدوي، عبد الرحمن، (1977)، مناهج البحث، ط3، وكالة المطبوعات الكويتية: الكويت.
11. بدوي، عبد الرحمن، (1986)، مناهج البحث الاجتماعي، مكتبة النهضة المصرية: القاهرة.
12. بدوي، محمد طه، (1979)، منهج البحث العلمي، إجراءاته ومستوياته، مطبعة جامعة الإسكندرية: مصر.

13. بركات، وجدي، (2012)، محاضرات في العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، منشورة، كلية الإعلام: القاهرة.
14. بطرس، حلاق، (2020)، الرأي العام وطرق قياسه، منشورات الجامعة الافتراضية السورية: سوريا.
15. بلقزيز، عبد الإله، (2001)، المعارضة والسلطة في الوطن العربي: أزمة المعارضة السياسية العربية، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت.
16. بن مرسل، أحمد، (2010)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر.
17. بوحوش، عمار وآخرون، (2019)، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية: برلين.
18. بوحوش، عمار، (2011)، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب: الجزائر.
19. التهامي، مختار، (2005)، الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة: مصر.
20. تيزيني، طيب، (1989)، على طريق الوضوح المنهجي، دار الفارابي: بيروت.
21. جاسم، فليحي محمد، (2000)، مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، دار المعرفة: القاهرة.
22. الجبور، سناء محمد، (2010)، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان.
23. جمعة، أحمد حلمي، (1999)، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر: عمان.
24. الجمل، يحيى، (1998)، الأنظمة السياسية المعاصرة، دار النهضة: بيروت.
25. الجوهرى، محمد محمود، (1983)، طرق البحث الاجتماعي، ط4، دار الثقافة للنشر والتوزيع: مصر.
26. الجوهرى، محمد وآخرون، (2011)، المنهج العلمي، دار المعارف: مصر.
27. حاتم محمد، عبد القادر، (1989)، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، مكتبة لبنان: بيروت.
28. الحاج، يوسف، (2020)، الإعلام والرأي العام في عصر المعلومات، دار المسيرة: عمان.
29. حامد، خالد، (2008)، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جسور للنشر والتوزيع: الأردن.

30. حجاب، منير، (1989)، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة.
31. حجيم الطائي، يوسف، (2016)، الرأي العام والإعلام الحديث: خطط وقياس، ط1، دار الرياحين للنشر والتوزيع: العراق.
32. الحسن، ربحي، (2014)، دليل البحث في تنظيم البحوث الاجتماعية، مطابع الجمعية العلمية الملكية: عمان.
33. حسين، سمير محمد، (1983)، تحليل المضمون، ط1، عالم الكتاب: القاهرة.
34. حمادة بسيوني، إبراهيم، (2008)، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب: القاهرة.
35. حمد حسين، سمير، (1997)، الرأي العام: الأسس النظرية والبحوث المنهجية، ط1، عالم الكتب: القاهرة.
36. خضر، عبد الفتاح، (1981)، أزمة البحث العلمي في العالم العربي، معهد الإدارة العامة: الرياض.
37. الدايشن جاسم محمد، (1989)، العوامل المؤثرة في الرأي العام، ط1، مطبعة بيروت للكتب العلمية: لبنان.
38. الديبسي، عبد الكريم، (2001)، الرأي العام، دار المسيرة: عمان.
39. در، محمد، (2017)، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، دار المنظومة للنشر والتوزيع: الجزائر.
40. الدعي، غالب كاضم، (1986)، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متعددة، ط1، عالم الكتاب: مصر.
41. الدعي، غالب كاظم، (2019)، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت، ط1، دار مجد للنشر والتوزيع: الأردن.
42. دويدي، رجاء محمودي، (2000)، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر: دمشق.
43. دياب، فؤاد، (1959)، الرأي العام وطرق قياسه، سلسلة الشرق والغرب للنشر والتوزيع: بيروت، 1959.

44. رامز، عمار، (1998)، الرضا هاني، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر: بيروت.
45. ربيع حامد، عبد الله، (2011)، مدخل إلى الرأي العام، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع: الأردن.
46. رزيق، برهان، (2016)، الرأي العام، ط2، وزارة الإعلام السورية: دمشق.
47. رشاد، عبد الغفار، (1984)، الرأي العام - دراسة في النتائج السياسية -، مكتبة نهضة الشرق: القاهرة.
48. الرضا، هاني، رامز، محمد، (2004)، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع: لبنان.
49. رمزي، ناهد، (1998)، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
50. زغيب، شيماء ذو الفقار، (2004)، نظرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
51. زكرياء، فؤاد، (1988)، البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط3، سلسلة عالم المعرفة: الكويت.
52. زكي، جمال و ياسين، السيد، (2010)، أسس البحث الاجتماعي، مطبعة الأنجلو المصرية: مصر.
53. زيد، ياسين، (1980)، تحليل المضمون في الصحافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت.
54. الساعاتي، حسن، (1982)، تصميم البحوث الاجتماعية، دار النهضة العربية: بيروت.
55. سامي، عبد المنعم، (2000)، الرأي العام والإشاعة، قراءة في الوظيفة الاجتماعية، دار إفريقيا الشرق: مصر.
56. سراج، سعيد، (1986)، الرأي العام ومقوماته، الهيئة المصرية للكتاب: القاهرة.
57. سعيد يعرب، فهمي، (1980)، طرق البحث، ط3، دار الطليعة: بيروت.
58. سفاري، ميلود وآخرون، (2003)، الإشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية: الجزائر.

59. السمالوطي، نبيل محمد توفيق، (1999)، إشكالية العلوم الاجتماعية في العالم العربي، ط1، دار النهضة العربية: القاهرة.
60. سميسم، حميدة، (1989)، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر: القاهرة.
61. الشرع، مجيد خليل، (2015)، الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الحديثة، دار البازوري العلمية: عمان.
62. شكري، علياء، (1989)، الدراسات المعاصرة في الرأي العام، عالم الكتب: القاهرة.
63. شلبي، أحمد، (1968)، كيف تكتب بحثاً أو رسالة، ط6، مكتبة النهضة المصرية: القاهرة.
64. الشمري، مطلب، (2016)، استطلاعات الرأي العام وعملية اتخاذ القرار في الأنظمة المركزية والديمقراطية، دار الرياحين للنشر والتوزيع: بغداد.
65. الشميري، حازم جري، (2022)، الرأي العام والإعلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع: الأردن.
66. الشيباني، عمر محمد، (1985)، مناهج البحث الاجتماعي، المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والإعلان: الكويت.
67. الشيرازي السيد، محمد الحسيني، (2006)، الرأي العام والإعلام، دراسة منهجية في الرأي العام والإعلام والإشاعة والدعاية، دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع بيروت.
68. صابر، فاطمة عوض، ميرفت، علي خفاجة، (2002)، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الأردن.
69. صالح النجار، فايز جمعه وآخرون، (2001)، أساليب البحث العلمي - منظور تطبيقي -، ط1، دار المعرفة: القاهرة.
70. الصبان، أحمد، (1981)، الأسلوب العلمي في البحث، مطابع دار البلاد: جدة، السعودية.
71. الضامن، منذر، (2007)، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان.
72. طعمية، رشدي، (1987)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسس واستخداماته، دار الفكر العربي: القاهرة.
73. طلعت، شاهيناز، (2010)، الرأي العام، دراسة نظرية بالتطبيق على وثائق سرية بريطانية وأحداث في ثورة مصر 1919، مكتبة الأنجلو المصرية: مصر.
74. عارف، نصر محمد، (1994)، نظريات التنمية السياسية المعاصرة، الدار العالمية للكتاب: الرياض.

75. عاقل، فاخر، (1989)، أسس البحث العلمي، المطبوعات الجامعية اللبنانية: بيروت.
76. عبد الحليم، محي الدين، (2013)، الرأي العام، مفهومه وأنواعه، وظائفه وقوانينه، طرق قياسه وأساليب تغييره، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية: مصر.
77. عبد الحميد، محمد، (2001)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر.
78. عبد الحميد، محمد، (2006)، منهج البحث في الإعلام عالم الكتب: القاهرة.
79. عبد الرحمن، عزي، (2003)، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، دار هومة: الجزائر.
80. عبد الفتاح، ثريا، (1978)، مناهج البحوث العلمية للطلاب الجامعيين، دار الكتاب اللبناني: بيروت.
81. عبد الماجد، حامد، (2003)، دراسات الرأي العام مقارنة سياسية، ط1، مكتبة الشروق الدولية: مصر.
82. عبد المجيد، طلعت، (1989)، أسلوب تحليل المضمون وحدوده المنهجية، مكتبة الأنجلو المصرية: مصر.
83. عبد المجيد، محمد، (1983)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة: جدة، السعودية.
84. عبد النور، ناجي، (2007)، المدخل إلى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع: الجزائر.
85. العبد عاطف، عدلي، (2006)، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي: القاهرة، مصر.
86. عبدالله الرشيد، عبد العزيز، (2012)، الرأي العام والسياسة: دراسة في اتجاهات الجماهير العربية، دار الشروق: عمان.
87. عبدلي عاطف، عدلي، (1997)، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار بيروت للنشر والتوزيع: بيروت.
88. عبيدات، محمد وآخرون، (1999)، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر: عمان، الأردن.
89. عزي، عبد الرحمن، (2006)، نظريات الإعلام والاتصال من التقليد إلى الحداثة، دار القصبية للنشر: الجزائر.
90. عسيلة، صبحي، (2005)، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، ط2، دار المعارف: مصر.

91. العطية، ماجدة، (2003)، سلوك المنظمة، سلوك الفرد والجماعات، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان.
92. عطية، محمد عبد الرؤوف، (2022)، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع: القاهرة.
93. العكش، فوزي عبد الله، (1986)، البحث العلمي: المناهج والإجراءات، ط1، جامعة الإمارات: الإمارات العربية المتحدة.
94. علي إسماعيل، سعيد، (2010)، الرأي العام والاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية.
95. عليوة، السيد، (1978)، إستراتيجية الإعلام العربي، المجلة المصرية العامة للكتاب: القاهرة.
96. عماد، عبد الغاني، (2008)، منهجية البحث في علم الاجتماع، الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، دار الطليعة للطباعة والنشر: بيروت.
97. عمار، حامد، (2010)، المنهج العلمي في دراسة المجتمع، دار النهضة للنشر والتوزيع: القاهرة.
98. عمر معن، خليل، (1983)، الموضوعية والتحليل في البحث الاجتماعيين دار الطليعة: بيروت.
99. عمر نوال، محمد، (1986)، مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
100. عمر، محمد زيان، (1981)، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، دار الشروق: جدة، السعودية.
101. عوض، محمد، (2008)، الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي: القاهرة.
102. عيسى، محمد طلعت، (2001)، البحث الاجتماعي، ط3، دار المعارف: القاهرة.
103. غرايبة، فوزي وآخرون، (1977)، أساليب البحث العلمي في الاجتماعية والإنسانية، مطبوعات الجامعة الأردنية: عمان.
104. غنيم عليان، ربحي مصطفى ومحمد، عثمان، (2008)، أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيقية - ، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع: القاهرة .
105. قنديلجي، عامر إبراهيم، (2001)، البحث العلمي ، ط2، دار المعرفة العلمية، القاهرة.
106. قنصوة، صلاح، (1998)، الموضوعية في العلوم الإنسانية، دار الثقافة للطباعة والنشر: القاهرة.

107. قيراط، محمد، (2018)، الرأي العام وصناعة القرار السياسي في الوطن العربي، دار أسامة للنشر: عمان.
108. القيصر، أحمد، (2013)، منهجية علم الاجتماع، دار الشروق: بيروت.
109. قيطه، فاطيمة الزهراء، (2015)، كرونولوجيا مفهوم الرأي العام في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر.
110. كافي، مصطفى يوسف، (2014)، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
111. كامل خورشيد، مراد، (2012)، مدخل إلى الرأي العام، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، الأردن.
112. الكبيسي، عامر خضير، (2008)، السياسة العامة - مدخل لتطوير أداء الحكومات-، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة.
113. كريشانان، محمد، (2010)، مبادئ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الفكر العربي: القاهرة.
114. كفي، ريمون، (1988)، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية، ط1، تر: يوسف الجباعي، المكتبة العصرية: بيروت.
115. لحر، نبيل، (2019)، محاضرات في مادة تقييم الرأي العام، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر: بسكرة.
116. لطيفة، عريق، (2018)، قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، دار الشروق للنشر: القاهرة.
117. مجاهد، جمال، (2007)، الرأي العام وقياسه (الأسس النظرية والمنهجية)، ط1، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية.
118. محمد حسن، إحسان، (1982)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الهدى للنشر والتوزيع: بيروت.
119. محمد حسن، عبد الباسط، (1978)، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة: مصر.
120. محمد حسين، سمير، (1983)، تحليل المضمون، عالم الكتب: القاهرة.

121. محمد حسين، سمير، (1997)، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط1، عالم الكتاب: مصر.
122. محمد زلطة، عبد الله، (2002)، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي: القاهرة.
123. محمد علي، محمد، (1979)، علم الاجتماع والمنهج العلمي، ط1، دار المعارف الجامعية: الإسكندرية.
124. محمد علي، محمد، (1982)، مقدمة في البحث الاجتماعي، دار التنوير: بيروت.
125. محمد محسن، سمير، (1982)، مذكرات الرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
126. مختار، التهامي، (2005)، الرأي العام، كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
127. المسدي، عبد السلام، (2016)، اللغة والإعلام والرأي العام، المؤسسة العربية للفكر والإبداع: بيروت.
128. مصباح، عامر، (2010)، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، دار العلوم للنشر والتوزيع: الجزائر.
129. مصطفى، عيان ربحي وغنيم، عثمان، (2000)، البحث العلمي "النظرية والتطبيق"، دار صفاء للنشر والتوزيع: الأردن.
130. ممو، سهام، (2023/2022)، تقييم الرأي العام، محاضرات موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة، السداسي الأول، جامعة الجزائر 03: الجزائر.
131. منصور، بلقيس احمد، (1989)، الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي، مكتبة مدبولي: القاهرة.
132. منير، حجاب، (1988)، أساسيات الرأي العام، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة.
133. ندا أيمن، منصور، (2017)، الرأي العام وقياساته، رؤى نظرية وتطبيقات عملية، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
134. يفوت، سالم، (1982)، التفكير العلمي المعاصر، دار النشر العربية: المغرب.

ثالثاً: الكتب باللغة الفرنسية:

1. Price, Vincent,(1992),Communication Concepts For Public Opinion, SAGE Publication : London.
2. Begree, Charles,(1987) ,Chappee Steven, Handbook of communication science, Sage : London.
3. Denquin, Jean marie,(1992),Introduction a la science politique. Hachette livre : Paris.
4. Gillon, Angé, Hollier,(1963),Grand L arrousse, Encyclopédique Tomme, 1 Librairie Larrousse : Paris.
5. Ginsberg, Benjamin,(2001),Les Sondages Et La Transformation De L'opinion Publique, Hermes, La Revue : France.
6. Herbst, Susan,(1993),The Meaning of Puplic Opinion, Citizens Constructions of Political Reality : London.
7. Miller, Sandra,(1995),Surveying Public Opinion, Wabsworth Publishing Compony : U S A.
9. Roe, Saul Forbes,(1983),The Concept of Public Opinion and Measurement, School of Economics : London.
10. Schetter, Chorence,(1960),Puplic opinion in american society, Harper and Brothers : New York.
11. W.doob, Leonard,(1966),Publique opinion and propaganda, hamden archon books: London.