

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غليزان

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية للترشح لمصاف أستاذ التعليم العالي في مقياس:

تقييم الرأي العام

موجهة لطلبة السنة أولى ماستر - السداسي الأول

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الدكتورة: ريم فتيحة قدوري

السنة الجامعية: 2025/2024

بطاقة فنية لوحدة تقييم الرأي العام

عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الأستاذ المسؤول عن الوحدة التعليمية: ريم فتيحة قدوري

الرصيد: 4

المعامل 2

الأهداف العامة للمادة التعليمية:

يهدف المقياس إلى تكوين الطالب في طرق تقييم (قياس) الرأي العام، والتحكم في عملية إنجاز البحوث والدراسات الميدانية، من خلال معارف علمية تقوي المدارك النظرية والتطبيقية للطالب، ونوجز هذه الأهداف على النحو التالي:

1. تمكين الطالب من معرفة الرأي العام، وأنواعه، ومقوماته، وأساليب تغييره.
2. تمكين الطالب من معرفة الرأي العام الإلكتروني وأهميته، والفرق بينه وبين الإعلام التقليدي.
3. تمكين الطالب من معرفة القياس ومشكلاته، وتقسيمه وخطوات قياسه.
4. تمكين الطالب من المعاينة وأدوات قياس الرأي العام المتمثلة في: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة (الاستبانة)، تحليل المحتوى.

طريقة التقييم:

امتحان كتابي، أعمال موجهة (تمارين تطبيقية)، بالإضافة إلى الأعمال الفردية. تم تقسيم المطبوعة البيداغوجية إلى أربعة محاور أساسية، تشمل ثلاثة عشر محاضرة، بما يتوافق مع محاور المقياس وفق البرنامج الوزاري.

فهرس المحتويات

1.....	المقدمة
المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام	
4 -----	المحاضرة الأولى: الرأي العام: تعريفه- تطوره- أهميته
19-----	المحاضرة الثانية: خصائص وأنواع الرأي العام ومراحل تكوينه
26-----	المحاضرة الثالثة: الرأي العام وظائفه ومقوماته
39-----	المحاضرة الرابعة: وسائل الإعلام وتأثيرها في الرأي العام
المحور الثاني: مدخل إلى الرأي العام الإلكتروني	
47--	المحاضرة الخامسة: الرأي العام الإلكتروني مفهومه- مظاهره- خصائصه
62---	المحاضرة السادسة: الرأي العام الإلكتروني وظائفه والعوامل المؤثرة به
65-----	المحاضرة السابعة: مشكلات الرأي العام الإلكتروني وقياسه
المحور الثالث: القياس	
69-----	المحاضرة الثامنة: نشأة القياس وأهميته ووظائفه
75-----	المحاضرة التاسعة: التقسيم الوظيفي وخطواته ومشكلاته
80-----	المحاضرة العاشرة: منهجية قياس الرأي العام- العينات
المحور الرابع: طرق وأدوات القياس	
86---	المحاضرة الحادية عشر: الاستقصاء وعوامل نجاحه في بحوث الرأي العام
96-----	المحاضرة الثانية عشر: الملاحظة كأداة قياس الرأي العام
102---	المحاضرة الثالثة عشر: تحليل المحتوى (المضمون) كأداة لقياس الرأي العام
115.....	الخاتمة
116.....	قائمة المراجع

المقدمة

شهدت أوروبا في القرن السابع عشر تغييرات سياسية وإجتماعية وثقافية كبيرة، وكان لوسائل الإعلام الدور الكبير في إحداث هذه التغييرات وتجذيرها داخل المجتمع، وقد انتبه الباحثون مبكراً لكم الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام وما توفره حولها من بيانات ومعلومات وما تتيحه من فرص نقاش حول تلك القضايا والأثر الناتج من هذا النقاش.

وقد أطلق الباحثون على هذه الظاهرة تسمية "الرأي العام" وهي في الحقيقة ظاهرة قديمة قدم الإنسان. ولكن كلما تطورت حياة البشرية تطورت القضايا التي تناقش، وكلما تعقدت الحياة تعقدت المشاكل والقضايا التي تناقش. هذا الوضع يجعل الاعتماد على وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام أمراً في غاية الأهمية، وهو ما حتم على الدارسين بعلم الإعلام والاتصال ضرورة دراسة ظاهرة الرأي العام والوقوف عليها وتحديد العوامل المساهمة في صناعة الرأي العام.

الرأي العام هو المادة الخام الذي تعمل فيه العلاقات العامة، حيث تسعى العلاقات العامة دوماً إلى تنميته سواء فيما يتعلق بالنظم الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية، كما تعمل على دراسته وتحليله، ومعرفة طبيعته وكيفية تكوينه، وطرق التأثير فيها، ولعل أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب، واعتبار الرأي العام الحكم النهائي في الشؤون العامة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ومع أن للرأي العام وجود معنوي لا نراه، فإن ذلك لا ينقص من قوته.

وفي ظل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ظهرت مفاهيم جديدة تعيد تشكيل الفضاء العام والمشاركة الاجتماعية والسياسية. من بين هذه المفاهيم، يبرز "الرأي العام الإلكتروني" كواحد من أبرز الأدوات التي تعكس توجهات الأفراد والجماعات عبر منصات الإنترنت. هذا المصطلح يشير إلى مجمل الآراء والأفكار والمواقف التي يتم تبادلها ومناقشتها عبر الوسائط الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المنتديات الإلكترونية، والمدونات، والتي باتت تشكل ساحة جديدة للتعبير والتأثير على القرارات والسياسات العامة.

يمثل الرأي العام الإلكتروني تطوراً نوعياً عن نظيره التقليدي، حيث يتسم بالتفاعلية الفورية، والانفتاح العالمي، والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع في وقت قصير. إنه لا يعبر فقط عن توجهات المجتمع المحلي، بل يمتد ليشمل قضايا عالمية تؤثر على دول ومجتمعات مختلفة. في هذا السياق، يصبح الفرد ليس مجرد مستهلك للمعلومة، بل مشاركاً في صنعها وتوجيهها.

يتيح الرأي العام الإلكتروني فرصة أكبر للتنوع والتعددية في وجهات النظر، حيث يمكن للجميع التعبير عن آرائهم دون قيود تقليدية. ومع ذلك، فإنه يواجه تحديات كبيرة مثل انتشار الأخبار الزائفة، وتوظيفه في حملات التضليل، وتهديده للتماسك الاجتماعي في بعض الأحيان. لهذا، فإن فهم آليات تكوين هذا الرأي وتحليل تأثيراته أصبح أمراً حيوياً لفهم ديناميكيات العصر الرقمي.

وقد شهد الرأي العام وقياسه تطوراً كبيراً، بسبب عدد من المتغيرات أهمها: الثورة التكنولوجية التي أتاحت فرص كبيرة للتعبير عن الرأي بحرية، مما أتاح لبروز الإعلام الإلكتروني بطابعه الفردي أمام الإعلام التقليدي الذي كان يسيطر على الرأي العام.

وتمثل ظاهرة الرأي العام والوقوف على خصائصها وأشكالها ومؤثراتها مرتكزاً أساسياً في توجيه صانعي القرار في عالمنا المعاصر في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الاتجاه الصحيح، حيث أن القياس لردود الأفعال المتوقعة تجاه أي قرار ذو تأثير مباشر على أفراد المجتمع أصبح ضرورة ملحة لتفادي الاصطدام المباشر بالجمهور ورفضه لتبعات القرار أو عدم تقبله له في أي مرحلة من مراحل تطبيقه، وبالتالي عدم تحقيق الغايات الكلية من وراء اتخاذ القرار المعني.

ظاهرة الرأي العام مجال حيوي متداخل التخصصات، فهو يجمع بين: علوم الإعلام والاتصال، علم الاجتماع، العلوم السياسية، والإحصاء لفهم توجهات المجتمعات وآرائها حول القضايا المختلفة. ما يعني أن تقييم (قياس) الرأي العام كمفهوم يشير إلى عملية منظمة تُستخدم لجمع وتحليل آراء الأفراد والجماعات حول موضوعات محددة، مثل القضايا السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية.

وعليه فإن هذه المطبوعة البيداغوجية تتضمن سلسلة محاضرات في مقياس: تقييم (قياس) الرأي العام، تم إعدادها وفقاً لمتطلبات البرنامج الوزاري المقرر للسداسي الأول لطلبة السنة أولى ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة.

تتمثل أهمية دراسة تقييم (قياس) الرأي العام في توجيه السياسات العامة وصناعة القرار. فمن خلال الأدوات المنهجية المتعددة، مثل الاستطلاعات والمقابلات والتحليل الإحصائي، يُمكن للباحثين والمختصين التعرف على التوجهات العامة، التغيرات في المزاج الاجتماعي، والمواقف تجاه الأحداث الجارية. كما يساعد قياس الرأي العام المؤسسات والحكومات على الاستجابة لتوقعات الجمهور، والتفاعل بشكل فعال مع الرغبات والاحتياجات المتغيرة للمجتمع.

يُعتبر تقييم (قياس) الرأي العام عملية دقيقة تتطلب استخدام تقنيات متطورة لضمان الموثوقية والموضوعية. كما أنه يواجه تحديات عديدة، مثل تحييز العينة، صعوبة الوصول إلى جمهور متنوع، وتأثير العوامل الخارجية كالإعلام والشبكات الاجتماعية.

وقد حرصنا في هذه المطبوعة على تقديم المحاضرات بشكل مفصل وسلس يسمح للطلاب بتكوين رؤية شاملة عن ظاهرة الرأي العام، ومراحل تكوينه وتأثيره وعلاقته بوسائل الإعلام. بالإضافة إلى تعريفه بمفهوم القياس ونشأته ومشكلاته، وتدريبه على الأدوات العلمية المستخدمة في بحوث ودراسات الرأي العام.

المطبوعة مجهزة بشكل يسمح بتطبيق الدروس والمحاضرات بشكلها العملي، وذلك من خلال محاولة تطبيق الدروس على أمثلة واقعية، ونماذج تطبيقية، وتمارين قد نقدمها للطلاب، أو يجتهد الطالب في الحصول عليها من خلال متابعة مختلف قضايا الرأي العام في المجتمع الجزائري والوطن العربي والقضايا الدولية.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

المحاضرة الأولى: مدخل إلى الرأي العام:

تطوره - مفهومه - مظاهره

أولاً: التطور التاريخي لظاهرة الرأي العام

عُرف مفهوم الرأي العام منذ القدم مع بداية نشوء المدن في حضارات وادي النيل واليونان، وقد كشفت هذه الحضارات حينها عن إدراك وفهم ورؤية واضحة لتوجيه الرأي العام الوجهة التي تتوافق مع إرادة الحاكم، وكان تأليه الفرعون وتقديس الكهنة وبناء الأهرامات والمعابد أساليب متميزة لتوجيه الرأي العام لتقوية نفوذ سلطتهم.¹

أما البدايات الأولى لظهور المناقشات بشأن الرأي العام فكانت قد انطلقت في القرن الرابع عشر قبل الميلاد في زمن الفيلسوف سقراط وتلميذه أفلاطون الذي ذم السياسة والديمقراطية، واصفاً رأي الناس بأنه "مجرد حشد ضئيل"². وهناك اتجاه يُشير إلى أن ظاهرة الرأي العام كممارسة وُجدت منذ القدم مع وجود الجماعات البشرية التي تعتمد الحوار والنقاش والجدال في حل المشكلات التي تواجهها، والخروج برأي عام يمثل الأغلبية لتلك الجماعات.³

وكان أول استخدام لتعبير الرأي العام (Public Opinion) كمصطلح وليس ممارسة، قد ظهر في بريطانيا مطلع القرن الثاني عشر، إذ إن أول من أشار إليه هو البريطاني جون سالزبوري (John Salsbury)، ثم شكسبير وميكافيلي عندما أدركوا أهمية الرأي العام وفعاليته ودوره في تدعيم سلطة

¹ عبد الكريم الدبيسي، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص16.

² جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2010، ص15-16.

³ محمد سعد أبو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2010، ص17.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

البرلمان والحكومة، إلى الحد الذي دفع شكسبير في مسرحيته (الملك هنري الرابع) إلى أن يجعل من يقول على لسان الملك: "إن الرأي العام هو الذي أعانني على قبول التاج"⁴

ومصطلح الرأي العام بمعناه الدلالي الحالي قد تم تداوله مع ظهور الجماهير الغفيرة كقوة مؤثرة في الشارع في نهاية القرن الثامن عشر، ولم تختلف المناقشات القديمة المرتبطة بالرأي العام عن المناقشات الحديثة، إلا من جهة إدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على سلوك الساسة والسلاطين⁵.

في منتصف القرن الثامن عشر تجسدت أهمية الرأي الجماهيري وفاعليته وكانت واضحة في كتابات الفرنسي **جان جاك روسو**، إذ أقر بأهمية الرأي العام وقوته للأنظمة الاستبدادية، وكان من أوائل السياسيين الذين استخدموا اصطلاحاً قريباً من **الرأي العام وهو (الإدارة العامة)**، في حين نجد **جاك نيكرو** وزير مالية فرنسا أول من أكد أهمية الرأي العام في إدارة الدولة وسياستها، مع إشارته إلى دور الصالونات في فرنسا إبان عصر النهضة بتكوين رأي عام له فاعليته في حماية حرية المجتمع وتعزيزها⁶.

ومع الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر تحول مركز الثقل السياسي إلى بريطانيا، عندما سادت **الفلسفة المنفعية لجيريمي (Jeremy Bentham)** التي كانت تستند إلى تحقيق الرفاهية لأكبر عدد ممكن من الشعب، وقد أعطت هذه الفلسفة للرأي العام صفة الفردية، والفرد وفقاً لهذه النظرية لا يحتاج إلى من يفكر بدلاً عنه لكي يوصله إلى تحقيق أهدافه بما يضمن السعادة الدائمة له كفرد في المجتمع، وقد اعتبر جيرمي الرأي العام أداةً للضبط الاجتماعي، وأنه الصمام الرئيس لحماية المجتمع من الاستبداد⁷.

⁴ جوفان دجور جفش، الرأي العام في النظام الاشتراكي، ترجمة صادق الأسود، شركة الطبع والنشر الأهلية، بغداد، 1970، ص18.

⁵ محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، الطبعة الثانية، الجزء الأول، 1989، ص43-44.

⁶ أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ذات السلاسل، القاهرة، 1998، ص43-44.

⁷ المرجع السابق، ص45-46.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

ومع بداية الربع الثاني من القرن التاسع عشر أخذت فكرة الرأي العام دورها في النظرية السياسية، وانقسم بشأنها المفكرون على فريقين، لاسيما عن قدرة الرأي العام، ومستوى كفايته في هذا المجال، أو التشكيك في كفايته وقدرته.⁸ وقد أضفت دراسات والترليبمان (Waltrippmann) في الربع الأول من القرن العشرين أهمية كبيرة لتحديد ماهية الرأي العام، مركزة في هذا الصدد على أن الفرد لا يستطيع فهم العام وإدراكه بسرعة عبر النظر إليه، بل يتم ذلك عن طريق مراحل الوعي والتطور للعالم الذي يعيش فيه الفرد، وعادة ما ينبع فهم الأفراد للبيئة السياسية والاجتماعية المحيطة بهم من التصورات والآراء السابقة المخزونة في ذهنيتهم عن هذه البيئات المحيطة، والتي تم اكتسابها عبر مراحل التطور للعالم الذي يعيش فيه الفرد، ومجموع هذه الآراء والتصورات تشكل بدورها الرأي العام، الذي يقع تحت محاولات تأثير وسائل الإعلام، ومجموعات الضغط المختلفة.⁹

وقد قوض والترليبمان الفكرة القائلة بقوة العامة وقدرتها على التغيير، وأشار إلى أنه لا يمكن التعويل على الفرد في إدارة شؤون الدولة، لأنه لا يملك رأياً ذا أهمية، وهو يستنفذ طاقاته من أجل توفير مستلزمات حياته، وليس عنده الوقت ما يكفي للاهتمام بالشؤون العامة للبلد، وأن وسائل الإعلام لا تقدم له كل ما يحتاج من معلومات في أوقات فراغه.¹⁰ ويعد العقد الثالث من القرن العشرين البداية الحقيقية للدراسات الحديثة للرأي العام، وقد اتخذت صوراً متعددة، وظهرت فيها كتابات أساسية في النظرية العامة للرأي العام لتونيس (Tnnies) ونورمان أنجل (Angell)، ولترليبمان (Waltrippmann).¹¹

كما حفل الرأي العام بأهمية كبرى مع ظهور السينما والراديو والتلفزيون في القرن العشرين، فضلاً عما أسهمت به الحريان الكونيتان في إذكاء اهتمام الباحثين بدراسة الرأي العام ولاسيما علماء الاجتماع، إذ عُدت الحروب والأحداث حافزاً إلى دراسة الروح المعنوية لأفراد المجتمع.¹² فضلاً عن الإسهامات الكبيرة للثورة التكنولوجية في حقل الاتصال والمعلومات التي كان أحد مخرجاتها تسهيل عملية

⁸ المصدر نفسه، ص 45-46.

⁹ محمد سعد أبو عامود، مرجع سابق، ص 31.

¹⁰ صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، جامعة بغداد، بغداد، 1993، ص 39.

¹¹ أحمد بدر، مرجع سابق، ص 49.

¹² نفس المصدر، ص 45-46.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

الاتصال بين شعوب العالم المختلفة، وأحياناً توحيد آرائهم تجاه القضايا العالمية ذات الاهتمام المشترك، مما أضفى أبعاداً جديدة ومهمة لبحوث الرأي العام ودراساته.¹³

وقد وقفت مجموعة من الأسباب وراء اهتمام الدول الحديثة بالرأي العام منها: زيادة حاجة الجمهور إلى المعلومات، وانتعاش نشاط السلطات الحكومية، وتعاظم دورها مقارنة بالسلطات التشريعية والقضائية، يرافقه زيادة وعي الجماهير العريضة بالأمور العامة، فضلاً عن التقدم الهائل في وسائل الاتصال المختلفة، ودخول شبكة التواصل الاجتماعي على حُطى التأثير في الرأي العام والتواصل بين الجماهير، وقدرتها على خلق رأي عام فعال.¹⁴

ثانياً: مفهوم وتعريف الرأي العام

الرأي العام لغةً واصطلاحاً

مصطلح الرأي العام ترجمة حرفية للمصطلح الانكليزي (Public opinion)، وأصل كلمة (Public) بالفرنسية تعني الجمهور أو الناس، وهي كلمة مستحدثة جاءت بها الثورة الفرنسية التي أعطت المصطلح مدلولاته المعاصرة.¹⁵

أما كلمة (opinion) فأصلها لاتيني، وتعني "فكرة، رأي، معتقد فكري"، وعلى وفق ذلك فإن مصطلح الرأي العام (Public opinion) يعني رأي العامة من الناس، إلا أن الترجمة العربية للمصطلح نقلته من مفهوم رأي العامة إلى الرأي العام، وهناك فرق دلالي كبير بين العامة والعام (لغوياً وفلسفياً)

¹³ كامل خورشيد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الثانية، 2012، ص43.

¹⁴ رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، شركة المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012، ص20-23.

¹⁵ عبد الكريم الدبيسي، مرجع سابق، ص27.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

وفقها¹⁶؛ لأن اللغة العربية تعبر عن هذا المصطلح بخزينا اللغوي الخاص مثل (الإجماع، والبيعة، والشورى... وغيرها).¹⁷

دخل هذا المصطلح المعاجم العربية حديثاً، وهو يختلف بمعناه الدلالي واللغوي عن رأي العامة كترجمة حرفية من اللغة الانكليزية إلى العربية، والرأي العام في العربية يقابله في مدلوله الاصطلاحي في اللغة الانكليزية كلمة (general) وليس (public) التي تعني بالعربية عامة، والمدلولات الحديثة التي اكتسبها مصطلح الرأي العام من الثورة الفرنسية كانت في تجسيد مشاركة المجتمع الجماهيري في صنع القرار، ولم يعد مقتصراً على الملوك أو الطبقة الأرستقراطية، بل بات للفرد حق محدد، ودور في الحياة السياسية بعد إعلان وثيقة حقوق الإنسان متمثلة في المشاركة بالانتخابات والعمل السياسي، والانتماء للأحزاب ومنظمات المجتمع المدني، والتعبير عن ذاته بالوسائل شتى التي يتيحها القانون.¹⁸

وفي اللغة العربية يُقال: رأي، ورؤية، رأياً، وراءة؛ والرؤية لها معنيان: أولهما (الرؤية بالعين) أي المشاهدة، وثانيهما (العلم) وهي تختلف عن (الرؤيا) بالألف الطويلة وتعني الحلم أو ما يراه النائم في منامه.¹⁹

أما المدلول اللغوي لكلمة (العام)، فهو بخلاف الخاص و(العامة ضد الخاصة)²⁰، وأصل (العام والعامة) من الفعل (عَمَّ) بتشديد الميم و(عُم) يراد به (الشيء يُعمَّم) بالضم (عموماً)؛ أي (شمل الجماعة، يقال عممهم بالعطية)²¹، و(عَمَّ - يُعمَّم - عموماً) وعمم ضد خَصَّص، والعام خلاف الخاص²²، ومن هنا

¹⁶ حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1992، ص226.

¹⁷ المرجع السابق، 226.

¹⁸ نفس المرجع، 227.

¹⁹ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار الرسالة، الكويت، 1982، ص226-228.

²⁰ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، مرجع سابق، ص456.

²¹ المرجع السابق، ص456.

²² نفس المرجع، ص528.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

نخلص إلى أن (الرأي العام) في البعد اللغوي يراد به على وجه الدقة (الاعتقاد السائد بين الجماعة أو أنه الفكرة السائد بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة).²³

تعريفات الرأي العام

أما الاشتقاق الاصطلاحي فلا يوجد تعريف متفق عليه على وجه الدقة للرأي العام كظاهرة أو ممارسة متفق عليها بين خبراء الرأي العام، وهذا ناتج عن اختلاف المدارس التي ينتمي إليها من أسهم في تعريف الرأي العام مع ملاحظة تطور كبير في التعريفات في الحقبة الزمنية التي رافقت إطلاق (نيكر) أول تعريف للرأي العام إبان الثورة الفرنسية وإلى اليوم، إذ نلاحظ تأثره بالإشكالية التاريخية والحضارية، وقد تم تقديم أكثر من خمسين تعريفاً مختلفاً للرأي العام في المراحل السابقة²⁴، إلا أن هناك اتفاقاً على جملة من الأمور الآتية في تعريفات الرأي العام:²⁵

- أ- الرأي العام يمثل مجموعة من آراء جمع كبير من الأفراد.
- ب- الآراء تتصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام (Public interest).
- ج- الآراء يمكن أن تمارس على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة الحكومية أو العامة، فضلاً عن توافر المناقشة المنظمة للوصول إلى رأي عام سواء كان هذا الرأي حاصل جمع أم حاصل ضرب، أي محصلة الآراء المختلفة.²⁶

أما على مستوى التعريفات بشأن مفهوم الرأي العام فقد عرف معجم المصطلحات الإعلامية الرأي العام بأنه: "وجهة نظر أغلبية الجماعة التي لا يفوتها رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة، وتدور حولها المناقشة صراحةً أو ضمناً في إطار هذه الجماعة، وإن الرأي العام صورة من صور السلوك الجمعي (الجماعي)، تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يرتبط بها هذا السلوك، أو هذه المناقشة، ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة، ويتأثرون في ذلك

²³ عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، دار نوبار للطباعة، القاهرة، 2000، ص42.

²⁴ أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه، مرجع سابق، ص57.

²⁵ المرجع السابق، ص57.

²⁶ نفس المرجع، ص75.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

باعتبارات وعوامل مختلفة²⁷. ووفق هذا التعريف فإن مدلول الرأي العام يعبر عن تكامل آراء الجماعة، وليس عن التقائها أو تجميعها²⁸.

ويتفق تعريف الموسوعة البريطانية للرأي العام مع تعريف الموسوعة الأمريكية؛ إذ عرفتا الرأي العام بأنه: "مجموعة من آراء الأفراد ومعتقداتهم حول موضوع معين، ويتم التعبير عنه من خلال مجموعة مهمة من الجماعة (Community) ولا يعد الرأي الخاص رأياً عاماً إلا من خلال التعبير عنه بصورة عامة".²⁹

وأغفل العالم الأمريكي ليونارد دوب (Leonard Doob) عامل الزمن في تعريفه على الرغم من أن الزمن عامل مهم في ديمومة الرأي العام واستمراريته وفي تبادل الآراء والأفكار³⁰، إذ عرف دورب (Doob) الرأي العام بأنه: "ميل الناس إزاء قضية ما حينما يكونون أعضاء في نفس الجماعة الاجتماعية"؛ وبذلك فهو يخلط بين الرأي العام والاتجاه ويتضمن تعريف دوب ثلاثة مصطلحات رئيسية، وهي: (الاتجاه - الجماعة - مشكلة معينة أو حادثة)³¹.

واتفق دوب إلى حد ما في تعريفه مع تعريف عالم الاجتماع السياسي الأمريكي جيمس برايس (James Bryce) الذي عرف الرأي العام بأنه: "مجموعة الآراء التي يدين بها الناس إزاء القضايا والموضوعات التي تهم الجماعة وتؤثر فيها"³²

أما أستاذ علم النفس الاجتماعي فلويد ألبرت (Floyd Allport) فعرف الرأي العام بأنه: "تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، ويمكن استدعائهم للتعبير عن أنفسهم سواء كانوا مؤيدين أم معارضين لمسألة نهائية معينة أو لشخص أو اقتراح ذي أهمية واسعة النطاق بحيث

²⁷ عبد الكريم الدبيسي، مرجع سابق، ص 27.

²⁸ حميدة سميسم، مرجع سابق، ص 222.

²⁹ المرجع السابق، ص 225.

³⁰ عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، مكتبة المدينة، القاهرة، 1989، ص 26.

³¹ كامل خورشيد، مرجع سابق، ص 56.

³² محمد سعد أبو عمود، مرجع سابق، ص 36.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

تكون نسبتهم في العدد من الكثرة والاستمرار كافية لإحداث إمكانية التأثير على العقل بطريق مباشر تجاه الموضوع الذي هم بصدده³³

ويختلف فلويد عن دوب في تعريفه الرأي العام، فهو لا يشترط توافر الميل نحو قضية معينة للتعبير عنها، وليس بالضرورة أن يكون الرأي المعبر عنه متطابقاً مع اتجاه الفرد إزاء القضية محل الاهتمام³⁴؛ وقد بين البرت أن هناك عناصر متعددة في تعريف الرأي العام منها وجود أشخاص كثيرين أو قضية يشترك بها عدد كبير من أفراد المجتمع، كما أنه ركز على الرأي العام الكامن مع إيمانه بوجود درجات متفاوتة من الاهتمام بين أفراد المجتمع، إزاء القضايا ذات الاهتمام المشترك.³⁵

فيما عرف وليام البيج (William Allbig) الرأي العام في كتابه الرأي العام الحديث (Modern public opinion) بأنه: "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"³⁶.

وبهذا فإن الرأي العام من وجهة نظر البيج يتكون عبر النقاش بين الأفراد والجماعات الصغيرة، ويعد النقاش والتفاعل بين الجماعات شرطاً أساسياً للوصول إلى رأي مشترك للأغلبية السائدة في المجتمع، ويمكن الاستدلال عليه عبر وسائل الاتصال، ويتفق البيج مع هربت بلومر (Herbert Blumer) في تعريف الرأي العام، إذ عرفه بأنه: "نتاج للتفاعل بين جماعات يحدث في سياق اجتماعي سياسي، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية، أو الرأي الشائع بين الأفراد، حيث يمكن أن يكون لرأي بعض الأقليات تأثير أقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير جماعة الأغلبية"³⁷.

³³ رفيف سكري، مرجع سابق، ص 23-24.

³⁴ محي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1993، ص 24.

³⁵ محمد سعيد أبو عمود، مرجع سابق، ص 34.

³⁶ حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سابق، 211.

³⁷ محمد عبد الهادي، مدخل إلى دراسة الرأي العام، جامعة المنصورة، الطبعة الثانية، 2006، ص 81.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

إلا أن هربت أشار إلى أن التفاعل الذي يحدث بين الأفراد لا يتم عن فراغ بل عن طريق عملية التفاعل التي تحدث في مجتمع معين (وتعكس بناءه الوظيفي).³⁸

كما قدم عدد من خبراء الإعلام والرأي العام العرب مجموعة من التعريفات للرأي العام، وانطلقت هذه التعريفات من الواقع الحضاري والسياسي الذي تعيشه المنطقة العربية، وقد تأثرت بطبيعة النظم السياسية في المنطقة العربية، وعلى الرغم من محاولة بعضهم تقديم تعريفات جديدة إلا أنها كانت انعكاساً للتعريفات الأجنبية، إن لم تكن لصيقة لها في كثير من الجوانب، ولكن هذا لم يمنع خبراء الإعلام العربي من تقديم تعريفات عن الرأي العام.³⁹

فقد عرف إبراهيم إمام الرأي العام بأنه: "هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتصل بمصالحهم المشتركة"⁴⁰؛ وهو بهذا التعريف قد جمع بين أكثر من اتجاه للرأي العام، يتمثل في تحديد عناصر المفاهيم وكيفية تكونها ومعرفة الخصائص التي تميز الرأي العام عن الظواهر الأخرى التي تقترب منه كالاتجاه على سبيل المثال⁴¹، كما أنه عد الرأي العام عبارة عن فكرة، والفكرة تسبق الرأي العام ويمكن أن تتحول إلى رأي عام بعد خضوعها إلى الجدل والنقاش بين الآراء المؤيدة والمعارضة التي تنتج رأياً عاماً جديداً يحظى برضا الأغلبية بعد تبلور النقاشات بين وجهات النظر المختلفة.

في حين قدمت شاهيناز طلعت تعريفاً للرأي العام بأنه: "مجموعة مركبة من الأفضليات التي يعبر بها غالبية الأفراد في مجموعة جماهيرية ما - في مجتمع ما - عن مسألة عامة، يهتمون بها، بعد مناقشتها لفترة مناسبة، وبما يفكرون لهذا الرأي تأثيراً معيناً"؛ وقد اقتربت بهذا التعريف من ما قدمه هربرت

³⁸ عبد الكريم الدبيسي، مرجع سابق، ص33.

³⁹ حميدة سميسم، مرجع سابق، ص211-212.

⁴⁰ المرجع السابق، ص214.

⁴¹ علي عواد، الإعلام والرأي العام، بيسان للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الثانية، 2010، ص56.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

بلومر (Herbert Blumer) فيما يتعلق بنظام الأفضليات التي يقدرها الفرد إلا أنها نقلت في تعريفها هذه الأفضليات الفردية إلى الأفضلية الجماعية.⁴²

ويقدم مختار التهامي تعريفاً جديداً للرأي العام إذ عرفه بأنه: "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة، بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً".⁴³

ويزاوج التهامي في تعريفه بين الوعي والأكثرية، ولاسيما الوعي السياسي منه، إلا أنه ليس بالضرورة أن تكون الأكثرية واعية، كما حدد البعد الزمني الذي يعد إحدى خصائص الدقة في تعريفه مؤكداً أن النقاش والجدل بين آراء الجماهير المتباينة هي الحصلة الأولية التي يتم عبرها تشكيل الرأي العام، كما تمي تعريفه بالبساطة والوضوح والشمول مما يجعله أمثر التعاريف تلافياً للعيوب، وتوضيحاً لمفهوم الرأي العام.⁴⁴

وعرف سمير محمد حسين 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 الجدلية الخلافية، قد تكون اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو تربوية، أو فنية، كما قد تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور، ويثار حولها الجدل، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير في القضية أو الموضوع الذي يرتبط به".⁴⁵

وفي هذا التعريف يقدم حسين أكثر من مفردة تعبر عن الغالبية (الاعتقاد السائد، إجماع الآراء، الاتفاق الجماعي)⁴⁶، ويكرر الأمر نفسه في تحديد الجماعة، فتارة يدعوها ب(فئات الشعب)، وتارة أخرى

⁴² شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986، ص159.

⁴³ حميدة سميسم، مرجع سابق، ص219.

⁴⁴ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 1993،

ص329.

⁴⁵ نزار مهيوب، الرأي العام، الأكاديمية السورية الدولية، دمشق، دون سنة، ص16.

⁴⁶ سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص337.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

يدعوها ب(الجمهور)⁴⁷ ، ويُشكل على هذا التعرف أنه لا يضع أي دور للجماهير في اتخاذ الرأي العام، ومن ثم لا بد من تجنب مثل هذه التعريفات عند أية محاولة تعريفية للرأي العام.⁴⁸

ثالثاً: مظاهر وأشكال التعبير عن الرأي العام

نعني بمظاهر الرأي العام أنماط السلوك التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم حيال القضايا التي تمس مصالحهم⁴⁹، ويظهر الرأي العام في صورة ما إما ملموسة كالانتخابات والمظاهرات أو الثورات، وبصورة غير ملموسة تتمثل في الاستكانة والخضوع وعدم الاكتراث. والرأي العام وإن كان يعبر عن الجماعة إلا أنه في حقيقة الأمر هو سلوك فردي كما يبدو واضحاً في الانتخابات، ونورد فيما يلي بعض أشكال التعبير عن الرأي العام:⁵⁰

الانتخابات

أحد أهم مظاهر التعبير عن الرأي العام، وإحدى قواه المؤثرة في مواقف كثيرة وخاصة التأثير على النخبة السياسية الحاكمة أو التأثير في مراكز صناعة القرار داخل المجتمع عموماً.⁵¹

المؤتمرات والندوات

قد تأخذ المؤتمرات الصفة الدورية والتنظيمية بحيث ترتبط بموعد ثابت وأعمال محدده وقد تكون تعبيراً مباشراً عن اختيار الرأي العام في البداية أي أن نشأتها تكون في شكلين وفئتين أساسيتين: الشكل الرسمي، والشكل الجماهيري وهو الذي نقصده كأحد أشكال التعبير عن الرأي العام. وتهتم هذه المؤتمرات بالقضايا التي تشغل بال الجماهير وتتخذ قراراً بشأنها، هذه القرارات تكون معبرة عن الرأي العام وعن رغبة هذه الجماهير التي شاركت بالمؤتمرات أو التي ساعدت على تنظيمها.

⁴⁷ حميدة سميسم، مرجع سابق، ص216.

⁴⁸ المرجع السابق، ص217.

⁴⁹ أحمد شاهين، الإعلام والرأي العام، طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، ص46.

⁵⁰ ابن عوف حسن أحمد، الرأي العام مفهومه وأساليبه قياسه، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى،

2016، ص45-51.

⁵¹ جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2006،

ص85.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

أما الندوات فهي شكل من أشكال التعبير عن الرأي العام ولكنها تختلف عن المؤتمرات سواء من حيث التنظيم، أو من حيث أنها لا تتوصل إلى قرارات ولكنها تطرح مجموعة من التوصيات تكون معبرة أيضاً عن الإرادة الجماهيرية وعن رغبات الرأي العام متى كانت هذه الندوات نابغة - ومعبرة عن - المجتمع الذي تناقش قضاياها وتهتم به.⁵²

الثورات

وهي من الأشكال العنيفة للتعبير عن الرأي العام، وتتبع الثورات أساساً من بيئة مضطربة اجتماعياً ولكن تأتي في أعقاب يقظة نبعت من جماعة معينة أو قطاع معين من المجتمع في مواجهة نظم حكم تتميز بالتعسف والاستبداد والفساد.⁵³

المظاهرات

هي أحد الأشكال العنيفة للتعبير عن الرأي العام، وقد تكون وقتية وذات أهداف محدودة للتعبير عن الاحتجاج على قرار معين أو عدم الرضا عن إجراء ما، وقد تكون محدودة باشتراك عدد قليل فيها وقد تكون واسعة النطاق باشتراك أعداد كبيرة فيها، وامتدادها إلى مناطق واسعة داخل الدولة، أو داخل مجموعة من الدول، هذا الاختلاف يرتبط بالقضية المثارة والتي يعبر عن موقفه تجاهها. وقد تستمر المظاهرات وتتحول إلى ثورة ضد نظام الحكم؛ وترتبط قوة المظاهرات ومدى استمرارها وتأثيرها بعاملين أساسيين هما:⁵⁴

1. قوة الجماعة أو الجماعات المشاركة فيها ونفوذها والقوة المضادة.
2. أهمية المسألة المثارة ومدى إلحاحها واستمراريتها ومدى ارتباطها بمصالح القطاعات الرئيسية في المجتمع.

⁵² أحمد أبوزيد، سيكولوجية الرأي العام والدعاية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، 1968، ص76.

⁵³ حامد ربيع، نظرية الدعاية السياسية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1998، ص53.

⁵⁴ أحمد بدر، الرأي العام، طبيعته وقياسه ودوره في السياسة، دار الغريب للنشر والتوزيع، الكويت، 1998،

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

الإضراب

أحد أشكال التعبير عن الرأي العام خاصة بين جماهير العمال ويكون الإضراب احتجاجاً على موقف ما، أو قرارات معينة أو لتحقيق مصالح هذه الجماعات في مواجهة السلطة القائمة ويأخذ الإضراب صوراً عديدة منها:

1. **الإضراب الجزئي:** ويكون بالامتناع جزئياً عن العمل في ساعات معينة أو في قطاع معين

في إطار عمل هذه الجماعات التي تقوم بالإضراب.

2. **الإضراب الكلي:** بالامتناع الكلي عن العمل في كل الوقت وفي كل القطاعات التي تعمل

فيها هذه الجماعات.

3. **الإضراب البطيء:** ويكون بالإبطاء في الإنتاج والتقليل من أوقات العمل الفعلية في ساعات

العمل مما يؤثر في النهاية على الأداء الفعلي للعمل والإنجاز في هذا القطاع.

كذلك قد يأخذ جانباً إنسانياً كالإضراب عن الطعام في هذه المجموعات، وأكثر الأمثلة شيوعاً لهذا

النوع هو ما يقوم به المعتقلون والسجناء في كثير من المجتمعات ذات أنظمة الحكم التعسفية وغير الديمقراطية. ويسعى الإضراب في أحيان كثيرة إلى تغيير الأنظمة القائمة وقد يتحول إلى شكل من الأشكال العنيفة في التعبير كالمظاهرات.

المقاطعة

هي شكل آخر من أشكال التعبير عن الرأي العام ويشبه الإضراب في كونه وسيلة سلمية هادئة، ولكنه أكثر سلبية وأقل تأثيراً في صناعة القرار ولكن تأثيره يزيد إذا ارتبط بشكل آخر من أشكال التعبير عن الرأي العام، فإذا ارتبطت المقاطعة بالمظاهرات أو بتنظيم المؤتمرات وندوات لخدمة الأهداف الواحدة لتلك الجماعات فإن ذلك يؤثر بصورة أكثر فعالية في الأنظمة المعارضة وفي فعالية السعي لتحقيق أهداف الجماعة.⁵⁵

⁵⁵ محمد سعيد صبري، الرأي العام والإعلام السياسي، دار الكتب للطباعة والنشر، 2002، ص 43.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

النكتة السياسية

تزدهر في مرحلة الكبت السياسي وانعدام فرص التعبير، إذ كلما ضاقت مساحة التعبير أصبحت النكتة أكثر سخرية، وأصبح تأثيرها أمضى، وهي في الوقت ذاته تلعب دوراً تنفيسياً للاحتقانات التي تتراكم جراء الكبت وضيق مساحات التعبير في القنوات المعروفة، وفي بيئة كهذه، أي بيئة الكبت، حيث لا وسيلة لقياس الرأي العام فإن النكتة تقدم مؤشراً صادقاً لتوجهات الرأي العام أو إنها على الأقل تعكس جانباً منه.

هناك بعض الأشكال الأخرى للتعبير عن الرأي العام ولكنها تختلف من مجتمع لآخر وقد تنتشر في مكان ما دون الآخر ارتباطاً بظروف هذا المجتمع أو ذلك منها على سبيل المثال:⁵⁶

وسائل الإعلام

قد يكون ما ينشر في وسائل الإعلام تعبيراً عن رغبات وآراء الجمهور إذا ارتبط ذلك بجو من الحرية في التعبير ونظم ديمقراطية تتسم برحابة الصدر وتتقبل نشر الآراء المعارضة ولا تفرض رقابة على الرأي ونشره، ولكن إذا كانت وسائل الإعلام تعمل في جو من التقييد والفكر المتسلط ولخدمة نظام حكم معين قائم يسخر هذه الوسائل لتحقيق أهدافه فإن ما ينشر في هذه الوسائل لا يعد تعبيراً صادقاً عن الرأي العام.

الشائعات

تسود الشائعات في المجتمع في ظل نقص المعلومات حول قضية معينة وفي ظل نظم الحكم الاستبدادية التي لا تتيح حرية التعبير، وبالتالي تكون هناك فرصة لانتشار الشائعات والشائعة تكون غير معروفة المصدر، وبالتالي تتناقلها الألسن وتحتوي على معلومة معينة حول موضوع ما، وتكون قابلة للتصديق، وتحتوي الشائعات على مخاطر كثيرة بعضها ضار بالمجتمع، وقد تكون من جهات معادية

⁵⁶ دانيال كاتز وآخرون، الإعلام والرأي العام، ترجمة محمد كامل، الجمعية المصرية لنشر المعرفة، القاهرة، 1996، ص223.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

وتنتشر في أوقات الحروب والأزمات، ولكنها تكون معبرة عن رغبات فئة معينة وفي أحيان أخرى تكون مغرضة.⁵⁷

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الأولى، وإطلاعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. الرأي العام حقيقة أم وهم؟ ناقش هذا السؤال.
2. تحدث عن مراحل ظهور ظاهرة الرأي العام.
3. كيف عرف الباحثون الرأي العام؟ مع ذكر نقاط الاختلاف والاتفاق بينهم.
4. عرف الرأي العام بأسلوبك الخاص.
5. قدم أمثلة واقعية (وطنية ودولية) عن أشكال التعبير عن الرأي العام.

⁵⁷ عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، مطبعة المعارف، بغداد، 1986، ص94.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

المحاضرة الثانية: خصائص وأنواع الرأي العام ومراحل تكوينه

أولاً: خصائص الرأي العام

من أهم خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور خلال عمليات الإدماج الاجتماعي والسياسي بالمجتمع أو ما يمكن تسميته بعمليات التنشئة الاجتماعية السياسية: الثبات والتقلب، التبرير، الإبدال والتعويض، الإسقاط، التماثل أو التطابق والتبسيط.⁵⁸

ويمكن استخلاص مجموعة من مبادئ عامة من الخصائص السابقة للرأي العام منها:⁵⁹

1. يبقى الرأي العام (كامناً) حتى تظهر مسألة أو قضية عامة، وهذه القضية تظهر عادة حينما يوجد تصادم أو خيبة أمل.
2. إن الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، وعندما يصعب التغلب على الظروف التي أدت إلى هذا التصادم أو القلق أو خيبة الأمل يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الإبدال أو التعويض.
3. يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادر معارفهم واتجاهاتهم إلى الآخرين (عملية الإسقاط)، أو عندما يكون لدى الناس جميعاً نفس المعلومات المتشابهة بصورة عامة (عملية التبسيط).
4. يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه أي أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع - أو العامل المؤثر - كبيرة أو عندما يكون التعبير عن الاتجاه بالأفعال ذات نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة. كما توجد خصائص أخرى يتميز بها الرأي العام منها:⁶⁰

⁵⁸ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 85.

للتعمق أنظر: غالب كاظم العظمي، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت: تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 34-37.

⁵⁹ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 85-86.

⁶⁰ المرجع السابق، ص 86.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

1. الرأي العام يمثل مدى واسعاً بين المعارضة والتأييد

يرى علماء القياسات النفسية أن تقسيم الرأي العام إلى شقيين أحدهما مؤيد والآخر معارض يخفي درجات واسعة في الرأي. وعلى سبيل المثال فإن وجهات النظر الخاصة بالسياسة الاقتصادية يمكن أن يندرج تحتها تقسيمات من أقصى اليسار إلى أقصى اليمين، ويكون رأي الفرد عند أي واحدة من النقاط العديدة على طول هذا المقياس، فيمكن لأحد الأشخاص مثلاً أن يؤيد ملكية الحكومة لجميع وسائل الإنتاج بينما يرضى شخص آخر بجرعة كبيرة من التنظيم الحكومي، بينما يفضل شخص ثالث أقل رقابة ممكنة على الاقتصاد بالإضافة إلى آخرين يرغبون في إلغاء أي رقابة على الاقتصاد، وتوزيع السكان على هذه القياسات للتعرف على اتجاهات الرأي يمكن أن يعطي تقديراً أفضل بطبيعة الرأي واتجاهاته.

2. الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة

إن المسألة التي لا تثير رأياً له عمق ظاهر لا تحوز إلا انتبهاً طفيفاً، بينما يمكن للمسألة التي تثير انتبهاً كبيراً أن يكون لها قوة وعمق أكبر - ولو كان ذلك بين عدد أقل من الناس - وأن توضع في مقام أعلى بالنسبة للعمل الحكومي والسياسة العامة.

3. يختلف الرأي العام في درجة الثبات

فالفرد مثلاً يمكن أن يكون وجهة نظر يعبر عنها على أساس قليل من المعلومات أو بدون معلومات نهائياً، ووجهة النظر هذه يمكن أن تتغير عند حصوله على مزيد من المعلومات، ومن جانب آخر فإن رأياً يعتنقه الشخص بثبات وإيمان كبير ليس من السهل تغييره.

ثانياً: أنواع وتقسيمات الرأي العام

هناك أنواع مختلفة وتقسيمات متنوعة للرأي العام، ويتم تحديد هذه الأنواع طبقاً للمعايير التي تُستخدم في تقسيم هذه الظاهرة، ونذكر منها:⁶¹

⁶¹ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 21-26.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

أولاً: التقسيم حسب قوة التأثير والتأثر

1. **الرأي العام القائد:** يتكون من صفوة المجتمع وخاصة المتعلمين والمتقنين، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويتقف ويوجه ويرشد الناس، أي أن الرأي العام القائد هو رأي صفوة المجتمع، هذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والدعاية المختلفة كالصحافة، وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها، ويسمى هذا النوع بالرأي العام المستنير أو القائد أو الرائد أو المسيطر.
2. **الرأي العام القارئ أو المثقف:** يتكون من أواسط الناس ثقافة الذين نقل ثقافتهم عن الفئة الأولى القائدة، ويختلف حجم هذا الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع، وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه. كما يؤثرون في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات ونقد.
3. **الرأي العام المنقاد:** يتكون من الفئة التي لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين، وهو رأي السواد الأعظم من الشعب غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث ومن غير القادرين على متابعة الأحداث، وينقاد أصحاب هذا الرأي المنساق لما يوجهه لهم أفراد الرأي القائد والرأي المثقف، وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية، ويتقبل الشائعات ويتشكل من الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة. ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض في وسائل الإعلام والاتصال عامة وهم أشبه بالقطيع الذي يسوقه الرأي القائد والمثقف.

ثانياً: تقسيم الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن

1. **رأي عام دائم:** هو الرأي الأكثر رسوخاً يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، يمتاز بأنه الأكثر تأثيراً في الناس، والثبات على مر العصور ويتخذ شكل العادات والتقاليد، ويمتاز بالاستقرار والثبات ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة وهو طويل الأجل قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته وتكوينه.
2. **رأي عام مؤقت:** هو رأي يتكون حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب، وحيال مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بانتهاء المؤثر. وهو الرأي الذي تمثله

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة، وينتهي بانتهاء تلك الأحزاب أو الهيئات أو بتحقيق هدف معين في وقت معين.

3. رأي عام يومي أو المتقلب: وهو الرأي الذي تعيش عليه الصحف اليومية، حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره، وهو بطبيعة الحال متقلب من يوم لآخر حيث تغذيه الأحداث الجارية.

ثالثاً: التقسيم حسب أنواع الرأي

1. الرأي الشخصي: وهو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب في أن يعبر عنه ويشارك به المجموعة ويعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً.
2. الرأي الخاص: هو ذلك الجزء من الرأي الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه ولا يبوح به - خشية تعريض نفسه للضرر.

رابعاً: التقسيم الكمي للرأي العام

1. رأي الأغلبية: وهو الرأي الذي يمثل ما يزيد على نصف حجم الجماعة، وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة، وقد يتكون رأي الأغلبية أحياناً بالتضليل وحذف بعض الحقائق، أو قد يتكون عن طريق الدعاية التي يقوم بها القادة والزعماء.
2. رأي الأقلية: وهو ما يقابل رأي الأغلبية، ويمثل ما يقل عن نصف حجم الجماعة، وقد يمثل هذا الرأي رأي الصفوة الممتازة في المجتمع، وقد يتحول إلى رأي أغلبية، كما قد يتحول رأي الأغلبية إلى رأي أقلية.
3. الرأي الساق: وهو الرأي الذي يمثل الأكثرية الساحقة للجماعة حين تناقش قضية من القضايا، ويصل كل أفراد الجماعة أو الأكثرية منهم إلى قرار معين، وهذا الرأي شبيه بالإجماع وقد يكون رأياً جماعياً. ويقترب هذا الرأي من العادات والعرف والتقاليد.
4. الرأي الائتلافي: وهو رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي تجمعت لتحقيق هدف معين، تحت ظروف خاصة، وهو ليس وليد المناقشة وإنما نتاج عوامل خارجية

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

عارضة. وإذا زالت الظروف العارضة التي يتطلبها هذا الائتلاف ذهب الرأي معها وانتهت مهمته.

خامساً: التقسيم حسب التواجد

1. رأي عام موجود بالفعل: وهو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر آثاره في التعليقات والمناقشات.
2. رأي عام متوقع وجوده: هو الرأي العام الذي لم يكن موجوداً أصلاً ولكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث أو المشاكل.

سادساً: التقسيم حسب درجة الظهور

وهو رأي يخضع لنوع الأنظمة السياسية على النحو التالي:

1. الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام المعبر عنه، ونجده في الدول الديمقراطية التي يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.
2. الرأي العام الباطن أو الكامن: وهو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه ونجده في المجتمعات التي تفتقد إلى الديمقراطية، وتتميز بنظام حكم ديكتاتوري، ويتحول هذا الرأي إلى رأي عام ظاهر في حال شدة مشكلة لا يمكن للناس كتمانها، وفي حال رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية كموافقة الدولة وتشجيعها على ظهور آراء لم يكن يسمح لها بالظهور.

سابعاً: تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي

1. الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد في شارع أو قرية أو مدينة أو منطقة أو ولاية، أو مجموعة من المناطق في الوطن الواحد.
2. الرأي العام الوطني أو القومي: وهو الرأي العام الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها، وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز بخصائص أهمها: التجانس وإمكانية التنبؤ به ومعالجته للمشكلات الوطنية والقومية.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

3. رأي عام إقليمي: وهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً، وهو رأي الشعوب لا الحكومات. مثل الرأي العام في المغرب العربي، والرأي العام في دول الخليج، والرأي العام لشعوب الاتحاد الأوروبي. الخ.
4. رأي عام دولي أو عالمي: وهو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة فهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات.

ثالثاً: مراحل تكوين الرأي العام

تعتبر ظاهرة الرأي العام ظاهرة معقدة يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلاً بسيطاً بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها، مؤثرات سيكولوجية ترجع إلى طبيعة الفرد نفسه إلى طبيعة الجماعة وتأثيرها على الفرد، ومؤثرات سياسية، ومؤثرات ثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته.⁶²

ويذهب الباحثين إلى أن عملية تكوين الرأي العام حول موضوع معين أو قضية ما تمر بالمراحل التالية:⁶³

1. نشأة المشكلة أو الموضوع: وقد يتم ذلك بطريقة فجائية أو تدريجية.
2. إدراك المشكلة: والتي تمثل خطوة التعرف المبدئي عليها، وفهمها، وتقدير ضرورة اتخاذ تصرف ما نحوها، بعد تحديدها بوضوح ودقة.
3. المناقشات والتساؤلات: حيث تظهر التساؤلات حول مدى أهمية الموضوع وخطورته، والعمل على استكشاف الحلول الممكنة له من خلال جمع بعض الحقائق عن الموقف، والعمل على إمكان التوصل إلى حله.

⁶² ابن عوف حسن أحمد، الرأي العام مفهومه وأساليبه قياسه، مرجع سابق، ص 63.

⁶³ محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه - أنواعه - عوامل تشكله - وظائفه وقوانينه - وطرق قياسه وأساليبه تغييره)، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 2009، ص 92-93.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

4. بزوغ المقترحات من خلال المناقشة: وظهور اقتراحات بديلة لحل المشكلة، مع تبادل آراء أفراد الجماعة ومناقشة هذه البدائل.
 5. صراع الآراء نتيجة اختلاف وجهات النظر حول المقترحات كما قد تلعب الإشاعات دوراً مهماً في هذا الصراع.
 6. تبلور الآراء على ضوء المعرفة والتفكير، والتسوية بين هذه الآراء بحيث تتبلور إما كأراء معارضة أو مؤيدة أو محايدة
 7. تقارب الآراء نتيجة المزيد من المناقشات والمباحثات، استبعاد الآراء الضعيفة أو غير الصالحة، مع الاتجاه إلى الرأي الوسط.
 8. الاتفاق الجماعي: حيث تصل الجماعة إلى الاتفاق على أن بديلاً معيناً يمثل حلاً أفضل للموقف، ويكون هذا البديل عادة هو الرأي الأكثر قوة واعتدال وواقعية، ويصبح هذا هو الرأي العام لدى الجماعة.
 9. ترويج الرأي: حيث يتم الاتفاق على قبول الرأي أو الحل البديل مما يؤدي إلى زيادة وعي الجماعة وإدراكها.
- السلوك الجماعي: وهو التعبير عن الرأي العام بعد تمام تكوينه عن طريق تنفيذ برامج عمل، والاستمرار فيه حتى الوصول إلى النتيجة المطلوبة.

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الثانية، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. قم بإسقاط خصائص الرأي العام على موضوع أو قضية من قضايا الرأي العام في المجتمع الجزائري.
2. تبدو أنواع الرأي العام منفصلة من الناحية الشكلية إلا أنها متداخلة ويشترك النوع الواحد في العديد من الخصائص والسمات مع بقية الأنواع الأخرى. دّل على هذا التداخل من خلال أنواع الرأي العام؟
3. أذكر أمثلة – من الواقع – لأنواع الرأي العام المختلفة.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

المحاضرة الثالثة: أهمية الرأي العام -وظائفه ومقوماته

أولاً: أهمية الرأي العام

يجمل كافي أهمية الرأي العام في النقاط التالية:⁶⁴

1. إن للرأي العام قوة يجب الاهتمام بها لممارس الخدمة الاجتماعية لأنه له أثره الفعال في توجيه المجتمع وتنفيذ المشروعات المختلفة على اختلاف أنواعها، وبالتالي فعلينا الحصول على ثقة الرأي العام.
2. يستعان بدراسات عن اتجاهات الرأي العام في كثير من المسائل الحيوية الهامة قبل أن تصدر الدولة التشريعات أو القوانين المحددة لمسار السياسات العامة لها.
3. لا يمكن تجاهل الرأي العام في أي مجتمع لأن الجماهير لها قدرة قوية على تشكيل السياسة المجتمعية إذا تم تنظيمها، وتؤكد ذلك الدراسات في طريقة تنظيم المجتمع.
4. أن قوة الرأي العام ورقيه في المجتمع دليل على احترام الحقوق العامة لأفراده.
5. يؤثر الرأي العام على المشروعات المجتمعية بمداومة مطالبته بالتركي على الجانب الاجتماعي في المشروعات الاقتصادية والاجتماعية.

⁶⁴ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى،

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

ثانياً: وظائف الرأي العام

يستخدم مصطلح الوظيفة في الرأي العام للتعبير عن النشاط أو الأنشطة التي تؤثر في علاقة الرأي العام من مقاصد وأهداف وبرامج وتفضيلات تهم الجمهور، وانعكاس هذه التفضيلات على الحركة السياسية في المجتمع.⁶⁵

الرأي العام يضع القوانين ويلغيها، وهو سند للهيئات والمؤسسات الاجتماعية، ويراعي المثل الاجتماعية والخلقية، كما أن الرأي العام ينفخ في الروح المعنوية.

ولا يستطيع الرأي العام أن يعمل ويؤدي وظائفه إلا في مناخ ديمقراطي، وحيث إن للرأي العام هو غرس ديمقراطي بطبعه فهو بمثابة الإرادة التي تحكم المجتمعات الديمقراطية.

كما أن الديمقراطية بدورها تستطيع أن تؤدي وظيفتها بالقدر الذي يتكون به الرأي العام بحرية، فيتم التعبير عنه تعبيراً صادقاً فإذا كان الناس أحراراً في التعبير عن آرائهم بعد الوقوف على جميع الحقائق المتعلقة بالقضايا ذات النفع العام، وبعد أن يولوا هذه الحقائق كل الاعتبار، فحينئذ تستطيع الديمقراطية أن تزدهر، وبناء على ذلك فإن الرأي العام يستطيع أن يأخذ على عاتقه أداء وظائف سياسية ووظائف اجتماعية.⁶⁶ ونلخص أهم وظائف الرأي العام على النحو التالي:

وظيفة الضبط والرقابة الاجتماعي

يعتبر الرأي العام أداة من أدوات ضبط السلوك الاجتماعي والانصياع للنظم الاجتماعية بما يتسم به من معايير وعادات وتقاليد، فهو يساهم في تحديد أو تجديد أو تبديد المعايير الاجتماعية ويضع القوانين والدساتير ويلغيها وهو يعبر عن رغبات الجمهور.⁶⁷

⁶⁵ غالب كاظم العظمي، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت: تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص50.

⁶⁶ حسنين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، وكالة الصحافة ناشرون، الجيزة، 2020، ص4.

⁶⁷ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص51.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

كما يقوم بالرقابة الاجتماعية بالحفاظ على الموروث الشعبي والتقاليد والقيم المرعية عن طريق معارضته لمخالفاتها، لذا فإن الرأي العام يقف بالضد من أية محاولات تسعى للقر على المنظومة القيمية التي يتمي بها أي شعب.⁶⁸

وظيفة 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. وتكمن خطورة عدم حشد الرأي العام إلى نتائج غير مرضية بصانع القرار مما قد يولد السخط والاستياء الشعبي والرفض الجماهيري ما يضعف من الثقة بين الإدارة العامة والجمهور.⁶⁹

وقد تكون عملية التعبئة والتهيئة والحشد عن طريق البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفزيونية أو المقالات واستطلاعات الانترنت أو الندوات والمحاضرات والملتقيات الفكرية.

وظيفة تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الإنساني

يؤدي الرأي العام المناهض أو الرافض لأحد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرد هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعياً 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 تشويشها.⁷⁰

⁶⁸ غالب كاظم العظمي، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت، مرجع سابق، ص53.

⁶⁹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص52.

⁷⁰ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص52.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

وظيفة سند للهيئات والمؤسسات

فالرأي العام يساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية الخيرية والتشكيلات السياسية، وبدون هذه المساندة يتجمد نشاطها فكل هذه الهيئات أو المؤسسات أو الجمعيات أو التشكيلات توضع دائماً في امتحان أمام الرأي العام وأن كل هذه الجهات تعمل جاهدة على كسب الرأي العام.⁷¹

الرأي العام يعمل على إنكاء الروح المعنوية

ودفعها نحو القضايا المهمة وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتزمة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط أمن اقتصادياً وصحياً ونفسياً في بيئة اجتماعية تتسم بالحرية والديمقراطية.⁷²

وتتمثل الخطورة على الروح المعنوية في خطورة التطرف وانقسام الرأي العام إلى رأيين متخاصمين في عنف شديد، وجعل المصالح الشخصية فوق المصلحة العامة، والخطر الثاني هو تنازع المالكين لخيرات البلاد حينما تزول الطبقة المتوسطة التي تحفظ توازن المجتمع، وتقف حائلاً بين اعتداء الطبقة الدنيا على الطبقة العليا أو العكس، ولهذا فإنه يجب أن تعمل الدولة على تأمين المصالح الاقتصادية لجميع الطبقات، وتقسيم خيرات البلاد بينها، وتقريب المسافات بينها، وبث روح التعاون والتضامن الاجتماعي بينها لضمان وجود روح معنوية عالية.⁷³

الوظيفة الاقتصادية

يقوم موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والصناعية والاستثمارية على استمالة الرأي العام وكسبه بشتى الطرق المتاحة للترويج لبضاعة ما أو للوقوف على آراء العملاء والزبائن والجمهور من سلعة أو خدمة ما، وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره وقوته في تحريك عجلة الاقتصاد.⁷⁴

⁷¹ المرجع سابق، ص 51.

⁷² نفس المرجع، ص 51.

⁷³ محي الدين عبد الحليم، الرأي العام، مرجع سابق، ص 105.

⁷⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 52.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

الوظيفة السياسية

يؤثر الرأي العام باتخاذ القرارات السياسية وينيب ممثلو الشعب عن ناخبهم مما يكونون رأياً شعبياً يحدد الموافقة أو الرفض لكثير من القرارات أو الآراء المطروحة.⁷⁵

ونجمل الوظيفة السياسية للرأي العام فيما يلي:⁷⁶

أ- **تحديد طبيعة الممارسة السياسية من خلال:** التأثير القرار السياسي، التأثير على الانتخابات، التأثير في الحكم.

ب- **المتابعة السياسية وتتمثل في:** استجواب الحكام والضغط عليهم، ومنعهم من اتخاذ قرارات تضر بمصلحة الشعب.

ت- **إنجاح خطط الدولة:** يُسهم الرأي العام في إنجاح خطط الدولة الاستراتيجية، ويمكن له إفشالها، وهذا يعتمد على قدرة الخطاب الإعلامي للدولة على إقناع جمهورها على دعم هذه المشاريع.

ث- **تحديد ملامح السياسية الخارجية:** حيث يدعم الرأي العام السياسات الخارجية التي تتفق مع وجهة نظره، ويعارض تلك التي تتعارض مع ما يؤمن به ويعتقده مناسباً.

ج- **مساندة الأفكار السياسية:** يساند الرأي العام بعض الأفكار المطروحة وأحياناً يخالفها، وهذه المساندة يكون لها تأثير في نضوجها وتحولها إلى قرارات عبر المؤسسات المسؤولة عن إصدار القرار أو موتها وعدم مناقشتها مرة أخرى.

ح- **التحديث أو التنمية السياسية:** وتتمثل في تحقيق المساواة عن طريق الحكم الرشيد، وتحقيق التمايز في الوظائف السياسية، إضافة إلى توسيع المشاركة السياسية.

⁷⁵ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 52.

⁷⁶ غالب كاظم العظمي، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت، مرجع سابق، ص 50-53.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

ثالثاً: عوامل ومقومات الرأي العام

تتعدد التسميات المستخدمة في هذا المجال فهناك من يطلق على مقومات الرأي العام المحددات، وهناك من يسميها العوامل أو العناصر، إلا أن الميل إلى معالجتها كمقومات تأتي من أن الرأي العام في أي بلد من البلدان مقوماته مستمدة من تاريخه وظروفه البيئية، فمعرفة هذه المقومات تساعد على استنباط الاتجاهات المحتملة للرأي العام بالنسبة لموضوع معين، وتمكن من التنبؤ بالاتجاهات المحتملة عند طرح موضوع ما، وتحدد الدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية والشعبية حيالها. وتتمثل مقومات الرأي العام في:⁷⁷

أولاً: العادات والتقاليد والقيم المتوارثة (ليست رأي عام ولكن تؤثر عليه)

تعكس العادات والتقاليد طبيعة النظام الاجتماعي السائد في مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد في المجتمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة، فالتقاليد لدى هذه المجتمعات هي خير الزاد والتقوى ويقع الأفراد فريسة لها ويتشبثون بها، فهم لا يملكون غيرها ويزداد سلطان الأساطير والخرافات فتحيا الشعوب مخدرة لا تجد السبيل لتحض هذه الأساطير وتلك الخرافات.⁷⁸

وتتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق باحترامها لتلك العادات والتقاليد وتعلقاً بها، وغالباً ما تكون هذه العادات والتقاليد عصبية على التغيير أو على تقبل التغيير⁷⁹، وتتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق بديهيات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي وقد تشمل هذه المعتقدات نواحي أخلاقية اجتماعية كانت ماثراً جدل في أزمنة سابقة ثم انتهت إلى الصورة التي قبلها الجميع. ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي وتشكيله.⁸⁰

⁷⁷ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص35.

⁷⁸ سعيد سراج، الرأي العام مقدماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1986، ص106.

⁷⁹ هاني رضا، رمز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص60.

⁸⁰ مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، 1982، ص23.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

وعلينا ألا نخلط في دراستنا للرأي العام بين المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة وبين الرأي العام، فالرأي العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش بعكس المعتقدات العامة التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير ولم تعد مثار نقاش عام.

الملاحظ أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق بينما اتسعت دائرة الرأي العام وشملت كثيراً من الأمور التي كانت محرمة على النقاش مثل: عمل المرأة وتعليمها، وسفرها. الخ؛ وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام التي مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتصارع أحياناً.⁸¹

ورغم أن القيم والعادات والتقاليد المتوارثة لا تعتبر من الآراء العامة إلا أن لها - وخاصة العادات السيئة منها - تأثيراً كبيراً وبالعكس الخطورة على الرأي العام، حيث أن الفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات والتقاليد في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، بل إن هناك بعض الجهات تتقن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

على سبيل المثال فتشير إحدى الدراسات الميدانية لدور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في الريف إلى أن القيم والعادات والتقاليد المتعلقة بدور المرأة في المجتمع تمثل عقبة أساسية في سبيل تحسين وضعها في المجتمع، حيث أن عدد كبير من المبحوثين لم يوافقوا على تعليم الفتاة بحجة أن التقاليد لا تسمح بتعليم البنت وتحجج هؤلاء بالقول أن البنت مصيرها الزواج، تعليم الذكور أهم من تعليم الإناث، الرغبة في عدم خروج البنت من المنزل. ولم يوافق المبحوثين على توظيف الفتاة لأن التقاليد تمنع توظيف المرأة، والوظيفة للرجال فقط، حتى لا تختلط المرأة بالرجل. وعليه فإن لوسائل الإعلام مسؤولية كبيرة في دحض هذه العادات والتقاليد واقتلاعها من جذورها.⁸²

⁸¹ مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 24.

⁸² عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 26-27.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

ثانياً: الدين

ينطبق على الدين ما ينطبق على العادات والتقاليد المتوارثة حيث يعتبر بالنسبة لجماهير الشعب من المسلمات التي لا تقبل الجدل ولا تدخل في مجال الرأي العام. ولعبت الأديان وماتزال أدواراً مؤثرة وهامة في حياة الأمم والجماعات على اختلاف معتقداتها وأديانها. وقد طبعت الأديان باعتبارها قوى ذات تأثيرات معنوية وروحية وثقافية، سلوك الجماعات وأنماط حياتها وأنظمتها السياسية والاجتماعية بطابعها فما من أمة من الأمم وما من جماعة من الجماعات إلا تأثرت بصورة أو بأخرى بالعامل الديني.⁸³

وتعود جذور الدور المؤثر والفاعل للدين إلى قرون طويلة وهو لا يخص دين دون آخر، بل يمتد لجميع الديانات السماوية (النصرانية، واليهودية، والإسلام)، وأيضاً الديانات غير السماوية للشعوب التي تتبناها مثل ما هو موجود في بعض دول شرق اسيا وأفريقيا وغيرها.

كما يعد الدين عنصراً أساسياً من عناصر تكوين الرأي العام، ويشكل مصدراً من مصادر الرأي العام، فالدين يفرض نفوذاً أوسع حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدراً من مصادر الرأي، فالاستشهاد بأية قرآنية أو بأحاديث شريفة يخلق الاقتناع ويثير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف.⁸⁴

ثالثاً: التربية والتعليم:

تسهم المؤسسات التعليمية (المدارس والمعاهد والجامعات) في تكوين الرأي العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه وقوته، حيث تؤثر في سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم إلى جانب مهامها الأساسية في إكسابهم القدر الكافي في المعلومات العامة والمتخصصة، وللمعلومات المتكاملة والحديثة أهمية بالغة فمن لا معلومات عنده لا رأي صحيح له.⁸⁵

فالمدرسة تأتي بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ في سنوات أعمارهم الأولى، فهي تدعم اتجاهاتهم وآرائهم التي اكتسبوها من العائلة. ويساعد التعليم بصفة عامة على

⁸³ مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص25.

⁸⁴ عبد الحميد حجازي، الرأي العام والإعلام والحرب النفسية، دار الرأي العام، القاهرة، 1987، ص176.

⁸⁵ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص41.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

التفكير، وكلما ازدادت معرفة الفرد اتسع افقه بما يمكنه من التحرر من وجهات النظر وخبراته السابقة التي أصبحت تختلف مع وجهات نظره الجديدة.⁸⁶

كما يعتبر التعليم المدخل الطبيعي لنجاح أي تغيير في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ذلك أن معرفة القراءة والكتابة تساعد على التقمص الوجداني، والتجديد، والمعرفة السياسية، والانفتاح على العالم، حيث يلعب التعليم دوراً أساسياً في تزويد الفرد بالمعارف، والاتجاهات والقيم الجديدة، وتهيئة سبل التفكير الموضوعي، وإزالة الهوة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية بإزالة المعوقات الثقافية، وخلق اتجاهات علمية جديدة تساعد على الانتقال بالمجتمعات التقليدية إلى مستوى العصر، فالتعليم يحفز الأفراد على تحقيق التقدم، وتقبل التغيير والرغبة فيه.⁸⁷

على سبيل المثال: يساعد تعليم المرأة على تغيير النظرة التقليدية إليها، كما يوجد التعليم عند المرأة وعياً واضحاً بذاتها، ومركزها، ومكانتها، ودورها في المجتمع بصفة عامة وفي الأسرة بصفة خاصة، ويحررها من أوضاعها التقليدية، ويزودها بالقدرات التي تمكنها من أداء دورها في المجتمع.⁸⁸

رابعاً: النظام السياسي السائد داخل الدولة

تلعب الأوضاع السياسية السائدة داخل الدولة دوراً فاعلاً في تكوين الرأي العام على النحو التالي:

أ- النظم الديمقراطية:

حيث تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المخالف علانية بالنسبة للمسائل العامة دون خوف³⁰، وتعتبر الحياة الحزبية ضرورة من ضرورات الحياة السياسية، فالحياة الحزبية في بيئة تتميز بالحرية والانفتاح تعتبر ظاهرة صحية للنظام السياسي، بينما تؤدي الحياة السياسية والحزبية في بيئة لا يسودها مناخ الحرية والشفافية ويختلط فيها قيم التحديث بموروثات المجتمع كالطائفية والولاءات العائلية

⁸⁶ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 41.

⁸⁷ المرجع السابق.

⁸⁸ نفس المرجع، ص 43.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

والشخصية، تؤدي إلى تفتيت الرأي العام وتحول الصراع الديمقراطي إلى نزاعات تتحكم فيها الغرائز والمصالح الفئوية الضيقة التي قد تؤدي إلى حروب أهلية.⁸⁹

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام، طمعاً في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، وتلجأ هذه الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيق ذلك من أهمها:⁹⁰

1. العمل على تنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الجمهور: ويعتمد ذلك على درجة الثقافة والتعليم التي وصل إليها أفراد الشعب.
 2. ضرورة عرض الحقائق كاملة على الرأي العام: حيث يساهم ذلك في القضاء على الشائعات وعدم ظهور تقلبات مفاجئة في اتجاهات الرأي العام.
 3. استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام: حيث يتم استخدام وسائل الإعلام في شرح سياستها ومحاولة صياغة الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تتفق مع الصالح العام.
 4. الاهتمام باستطلاع الرأي العام: لدراسة اتجاهات الرأي العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها.
 5. توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية: للقيام بدورها في العمل السياسي وخاصة مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الأهلية والنقابات المهنية.
- ب- النظم غير الديمقراطية:

هي النظم التسلطية التي تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب، وتتحكم في آرائهم وتحد من حقوقهم وحياتهم، ومن أمثلتها نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من أنظمة الحكم في دول العالم الثالث المختلفة التي ترعى تطبيق الحكم الديمقراطي وهي في الواقع بعيدة كل البعد عنه للضغط والتسلط.

⁸⁹ هاني رضا، رامي عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، ص 69-70.

⁹⁰ سعيد سراج، الرأي العام مقدماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، مرجع سابق، ص 111-118.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

فالنظم الديكتاتورية تضع القيود على الحرية الفردية والجماعية، وتفرض الرقابة على وسائل الإعلام، وفي الغالب تمتلك الدولة نفسها هذه الوسائل وتحظر تملكها على الأفراد والجماعات والهيئات وتقوم بدعاية قوية لا تتورع فيها عن استخدام الأساليب المنافسة للأخلاق كالكذب والخداع والتضليل والتهويل، فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب.⁹¹

والنتيجة هي خلق رأي اعم "مصطنع" وأهم سمات الرأي العام في الأنظمة غير الديمقراطية وجود رأي كامن غير ظاهر سطحي وغير عميق، وينعدم التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب. والأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها، فإذا كان نظام الدولة قائماً على الديكتاتورية والاستبداد بالرأي العام والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب فإن هذا يؤدي حتماً إلى سلبية الرأي العام في الدولة إذ يحل محله (الخوف العام) أو (السخط العام).⁹²

خامساً: الزعامة:

يرتبط موضوع الزعامة بتكوين الرأي العام ارتباطاً عضوياً وثيقاً، باعتباره عنصراً رئيسياً بالغ الأهمية يلعب دوراً خطيراً في تشكيل الرأي العام وفي التأثير على اتجاهاته، والزعامة: هي قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة. والزعيم: هو الشخص الذي يتقبل الناس آراءه وحكمه ويتأثرون به. والزعيم الحقيقي: هو الذي تتمثل وتتركز فيه آمال الشعب وأحلامه وتطلعاته والذي يستمد قوته من إدراكه لرغبات شعبه ومطالبه واحتياجاته.⁹³

وعادة ما تكون أفكار الزعيم تحوي كل ما يحقق لأُمته الخير وما يقوي الروح المعنوية ويدفع بالعجلة الاقتصادية والاجتماعية إلى التقدم. كما أن الزعيم الناجح هو الذي يتميز بالقدرة على استكشاف اتجاهات الرأي العام والتعبير عن هذه الاتجاهات.

⁹¹ المرجع السابق، ص 119.

⁹² مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 29.

⁹³ سعيد سراج، الرأي العام مقدماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، مرجع سابق، ص 79.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

ويتم تصنيف الزعامة إلى: الزعيم الفكري، والزعيم الإداري، الزعيم الرمزي، وزعيم الدعوة أو الإثارة. كما أنه يتم تصنيف الزعامة إلى ثلاثة أنواع طبقاً لطبيعة الرسالة التي يؤديها الزعيم إلى: الزعامة الدينية، والزعامة الاجتماعية، والزعامة السياسية.⁹⁴

سادساً: المناخ الاقتصادي

لا يقل تأثير الأوضاع الاقتصادية والتحولت الناتجة عنها أو المؤثرة فيها على الرأي العام عن تأثير الأوضاع السياسية، مع التأكيد على التفاعل المتبادل بين ما هو سياسي وما هو اقتصادي. وقد يرجع ذلك إلى أنه يندر أن يكون هناك مسألة من المسائل الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية لا تتأثر بالعامل الاقتصادي بدرجة أو بأخرى.⁹⁵

فالأوضاع الاقتصادية لها تأثير كبير على نظام الأسرة وعلى الطبقات الاجتماعية وعلى نسق القيم في المجتمع وعلى تشكيل نظامه السياسي. وعن طريق تأثير العوامل والظروف الاقتصادية على النواحي الاجتماعية والثقافية والسياسية للمجتمع فإنها تؤثر على ميول الناس واتجاهاتهم وبالتالي على آرائهم.⁹⁶

سابعاً: المناخ الثقافي والإعلامي والتقني

إن المناخ الثقافي والإعلامي والتقني الذي يعيشه الإنسان طفلاً وصبياً وياًفعاً ورجلاً يؤثر تأثيراً بالغاً على تشكيل عقله وتفكيره، ومالم يكن هذا المناخ مناخاً صحيحاً سليماً يغذي الناس بالمعلومات والأفكار والقيم والمشاعر السليمة ويفتح آفاقها ويربي ذوقها ويشدذ ارادتها ويرتفع بدوافعها فلن يمكن بأية حال من الأحوال أن يسود الأمة أو المجتمع رأي عام سليم وصحيح يقاوم الانحراف وينبذ الأنانية والتعصب ويدفع عجلة التقدم والبناء، ذلك أن مسؤولية أجهزة الإعلام والثقافة في عصرنا هذا مسؤولية كبرى فيما يمكن تسميته تربية الرأي العام واعداد المواطن الصالح.⁹⁷

⁹⁴ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 50-53.

⁹⁵ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 56.

⁹⁶ نفس المرجع.

⁹⁷ مختار محمد التهامي، مرجع سابق، ص 18.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

لذلك ينبغي على الباحث في الرأي العام أن يحدد نوع الجماهير التي يدرسها، ونوع الزاد الثقافي والفني والإعلامي الذي تتزود به، لكي يستطيع أن يتبين: هل هي جماهير مراهقة مضللة، وسريعة الانقياد، تحكمها الغرائز والعواطف أم هي جماهيري صلبة اعتادت على النقاش والجدل والنقد وتقليب أوجه الأمور قبل تكوين آرائها والانحياز إلى جانب من الجوانب.⁹⁸

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الثالثة، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

شكل الحراك الشعبي الذي عاشته الجزائر سنة 2019 قضية رأي عام في المجتمع الجزائري. ناقش هذه القضية من خلال ما يلي:

1. تبيان أهمية الحراك كقضية رأي عام في المجتمع الجزائري.
2. باعتقادك ما هي الخصائص الأكثر تأثيراً في الحراك الجزائري باعتباره قضية رأي عام.
3. حدد العوامل والمقومات الأكثر تأثيراً في الحراك الجزائري.
4. ما الذي ينبغي على الباحث للرأي العام أن يحدده عند دراسته للرأي العام؟

⁹⁸ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 60.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

المحاضرة الرابعة: وسائل الإعلام وتأثيرها في الرأي العام

مما لا شك فيه أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف المهمة الإقناعية والجمهور، إلا أن التجارب تشير إلى أن الاتصال المواجهي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو، وأن الراديو أكثر فعالية من الصحيفة المطبوعة⁹⁹.

وتوضح جيهان رشتي ذلك من خلال النقاط التالية:¹⁰⁰

- كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع.
- أن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.
- إن الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الإعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتوجيه والتثقيف وفقاً لإمكانيات كل وسيلة ورغبات كل متلق.
- إن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة.

وتؤثر وسائل الإعلام المختلفة (الإعلام التقليدي، والإعلام الجديد) في صناعة الرأي العام إزاء الظواهر المختلفة في المجتمع، ويأتي تأثير هذه الوسائل مجتمعة كجزء من عوامل أخرى مثل العادات والتقاليد والتعليم والاعتبارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتسهم وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام عن طريق إبراز أحداث معينة وتسليط الضوء عليها، والكيفية التي تتم فيها تغطية تلك الأحداث، وإعادة ترتيب أولويات الجمهور بما ينسجم مع (الصفة) من المجتمع، أو إرادة السياسيين.¹⁰¹

⁹⁹ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 89.

¹⁰⁰ جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، د.ت، ص 363-365.

¹⁰¹ عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، دار اثراء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة السادسة،

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

أولاً: الصحافة والرأي العام

تحتل الصحافة المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير في الرأي العام، ويرجع ذلك لعدة أسباب أبرزها: أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الإنباء. ويميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تستعملها، وهي:¹⁰²

1. الصحافة المتخصصة: وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتقنون ثقافة عالية.
2. الصحافة المتميزة: وهي الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة.
3. الإعلام الشعبي: ويتألف من الصحافة الشعبية بالإضافة إلى الإذاعة والتلفزيون، وهذا النوع يقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه، كما أن عرضه للأخبار يكون سطحياً وسريعاً وغير متعمق يميل نحو الإثارة وتمضية الوقت.

ويقسم التهامي محتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام إلى ثلاثة أقسام على النحو التالي:¹⁰³

- قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام: كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات، حيث يتسم هذا القسم من مواد الجريدة بالتحيز المتعمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

¹⁰² مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 121-122.

¹⁰³ المرجع السابق.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

- قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام: فبرغم أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن مما لا بد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي واتجاهاته إن عاجلاً أو آجلاً.
- قسم ليس له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام: ومن المواد الصحفية التي تندرج تحت هذا القسم: صفحة الوفيات والنشرة الجوية، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليست موجهة في الظروف العادية إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة إن كانت هناك أحياناً استثناءات تفرضها أوضاع بعينها ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المغرضة التي قد تقوم بها بعض الجهات والتي تستغل عادة كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

ثانياً: الإذاعة (الراديو) والرأي العام

تسهم الإذاعة في باننتشارها الواسع على تكوين قدر من وحدة التفكير والذوق والشعور في الأمة؛ ومن هنا تتضح أهمية اختيار البرامج الإذاعية التي تقدم للجمهور وأهمية القيم التي تروجها هذه البرامج سواء كانت قيماً اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو جمالية، وكذلك أهمية الغذاء الثقافي والفكري والنفسي الذي تقدمه للجمهور يومياً. وللإذاعة فضلاً كبيراً في بث روح الاهتمام بالمسائل العامة بين عامة الناس وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي بعينه أو لفت انتباههم إلى مشكلة من المشكلات أو طارئ من الطوارئ.¹⁰⁴

¹⁰⁴ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 45.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

من المعروف بالنسبة للراديو أن المتلقي وكيف المضمون بطريقة تجعله يتفق مع توقعاته الخاصة، ويلعب الإسقاط دوراً في الاستجابة التي يقوم بها الناس للفنون الجماهيرية، حيث يفسرون ويدركون مضمونها بما يتناسب ودوافعهم اللاشعورية وتوقعاتهم ورغباتهم، وينطبق هذا على الراديو أكثر من أي وسيلة أخرى. فالراديو نشط الخيال، وقضى على عزلة الناس عن العالم الخارجي مهما كان المكان الذي يعيشون على أرضه ويمكن تخليص أثر الراديو في الرأي العام على النحو التالي:¹⁰⁵

1. تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.
2. حفز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاكلهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والإسهام فيها، ومن شأن تحقيق ذلك دعم الروح الديمقراطية السليمة وتيسير إنجاز خطط التنمية وخاصة في الدول النامية.
3. التخفيف من حدة العصبية الإقليمية والإقلال من شأنها.
4. متابعة تثقيف الجماهير وإشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.
5. دحض الشائعات الضارة في الحال، وخاصة في أوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون نقشي البلبلة الفكرية.
6. القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التي تخدم التطور وتعزير القيم التي تعوقه.

ثالثاً: التلفزيون والرأي العام

يصدق الكلام الذي ذكرناه في مجال الإذاعة وأثرها في الرأي العام على التلفزيون¹⁰⁶. وبالرغم من أن معظم الناس قبلوا برامج التلفزيون بشوق زائد من زاوية التسلية لدرجة أنهم كيفوا نظام حياتهم اليومي ليتوافق مع مواعيد التلفزيون، فإن كثيرين أيضاً أدركوا فائدته في رفع مستواهم الثقافي وإرشادهم. ويتفق

¹⁰⁵ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 90-91.

¹⁰⁶ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 47.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

التلفزيون مع كل ما ذكر حول أثر الراديو في الرأي العام، ويضاف إليه أهمية التلفزيون في الدعاية السياسية حيث يستطيع أن يوثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية أكثر مما تستطيع الإذاعة، لذلك أصبح التلفزيون من أهم الأسلحة التي تلجأ إليها الأحزاب لكسب ثقة الجماهير وأصواتهم في الانتخابات.¹⁰⁷

كما يقوم التلفزيون بدور هام في التأثير على الرأي العام العالمي سواء عن طريق تصدير البرامج إلى الدول الأخرى أو الإرسال والاستقبال التلفزيوني بالأقمار الصناعية أو الإنترنت، كما يمكن أن يكون التلفزيون مدرسة عامة للشعب يبيث عن طريقها الوعي السياسي والحضاري وحوافز التقدم والتغيير.¹⁰⁸

رابعاً: أساليب تغيير الرأي العام

إن من أصعب الأمور تغيير الآراء ولذلك فإن مضمون الإعلام أكثر يسراً وفعالية إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها. كما أن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائماً أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة ابطأ في تكوين رأيه، مذبذباً في اتجاهاته، فريسة للإشاعات والانحرافات، ويتصف في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور وتغليب الانفعال الطارئ على التفكير السليم.¹⁰⁹ ونقدم فيما يلي أهم أساليب تغيير الرأي العام:

أولاً: أسلوب التكرار والملاحقة

يعتقد البعض أن أسلوب التكرار، لا الجدال ولا المناقشة هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام، وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، فقد وصف

¹⁰⁷ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 92.

¹⁰⁸ مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، 128-131.

¹⁰⁹ مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 109.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

(جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي بالقول: (أن سر الدعاية الفعالة يكمن لا إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه أذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً).¹¹⁰

ويطلق على هذا الأسلوب "الترتيل"، ويشترط فيه مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة الجمهور وسماته المختلفة. ولعل من أوضح استخدام لهذا الأسلوب هو الصراع العربي الإسرائيلي، حيث كرسّت الدعاية الصهيونية حملاتها وركزتها في جملة واحدة: (اسرائيل التي لا تقهر).

ثانياً: أسلوب الإثارة العاطفية

إن الدعاية تعتمد أساساً على إثارة العواطف لا على المناقشة والاقناع، وأن استجابة الجماهير تكون دائماً استجابة عاطفية عندما يصعب استخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية في استمالة الرأي العام أو مواجهة رأي عام مضاد، وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأي العام في كونها تبعده عن مشاكل بلده وآماله المستقبلية.¹¹¹

ثالثاً: أسلوب عرض الحقائق

يطلق على هذا النوع من الدعاية عادة لفظ الإعلام، ذلك أن هذا الأسلوب يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وابقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب من احترام عقلية الجماهير. ومن عوامل نجاح هذا الأسلوب: التربية الواعية للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والاقناع.¹¹²

رابعاً: أسلوب تحويل انتباه الجماهير

قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ.

¹¹⁰ المرجع السابق، ص 110.

¹¹¹ مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 40.

¹¹² عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 71.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الإعلام في مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر بمثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.¹¹³

خامساً: أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة

إن البرامج والتصريحات الإيجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام، بعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب. ويدرك رجال السياسة مزايا البرامج المحددة في تغيير اتجاهات الرأي العام، ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل، وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، ذلك أن الجماهير بطبيعتها الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم.¹¹⁴

ومع ذلك فإن البرامج والوعود الإيجابية المتقائلة تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها وينقلب إلى تأثير عكسي ما لم يتبعها العمل والتنفيذ.

سادساً: أسلوب افتعال الأزمات

يقصد بها استغلال بعض الأحداث أو الظروف - وربما تكون محدودة - بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة أو الجهة التي تستخدم هذا الأسلوب.

ومن الأمثلة على ذلك ما استخدمته إسرائيل في صراعها مع الأمة العربية بافتعالها أزمة مع سوريا في 1967 كبدائية لشن عدوانها على الأمة العربية، واستخدامها هذا الأسلوب أثناء المفاوضات مع الفلسطينيين، حيث تفتعل أزمة تلو الأخرى، من أجل اجهاض المفاوضات وكسب المزيد من الوقت والمكاسب.¹¹⁵

¹¹³ المرجع السابق، ص71.

¹¹⁴ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص72

¹¹⁵ المرجع السابق، ص72-73.

المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

سابعاً: إثارة الرعب والفوضى

يقوم هذا الأسلوب على استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع، وإرهاب الشعوب وإخضاعها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى. وسارت دعاية الغرب بعد الحرب العالمية الثانية وحتى وقت قريب على نفس الأسس التي كانت تسير عليها الدعاية النازية حيث عمدت إلى المبالغة في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعي المنتظر والخطر الأحمر القادم.¹¹⁶

ثامناً: أسلوب الشائعات

إن الشائعة لا تنقيد بمعايير الصدق والموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام: كالموضوعية والصدق والنزاهة والدقة. وتزداد الخطورة حينما لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات بل يضيف إليها من عنده، وأيضاً في جو الحرب حيث تكون سرية الأخبار أمراً جوهرياً. وينشأ هذا الغموض من انعدام الأخبار أو اقتضابها أو تضارب الأخبار وعدم الثقة بها.¹¹⁷

ولعل أخطر ما في الأمر حالياً وجود شائعات على شبكة الإنترنت تمس قضايا ساخنة سياسية واقتصادية واجتماعية، وتمس شخصيات مختلفة من مثقفين وفنانين ورجال أعمال وغيرهم.

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الرابعة، وإطلاعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. تحدث عن علاقة الإعلام الجديد والإنترنت بالرأي العام.
2. من خلال متابعتك لقضايا الرأي العام في المجتمع الجزائري والدولي قم باختيار قضية رأي عام وحدد الأساليب التي استخدمت في تغييرها.

¹¹⁶ نفس المرجع، ص 73.

¹¹⁷ المرجع السابق، ص 74-79.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

المحاضرة الخامسة: الرأي العام الإلكتروني مفهومه - مظاهره وخصائصه

شهد الرأي العام وقياسه تطوراً هائلاً بسبب عدد من المتغيرات أهمها: الثورة التكنولوجية وما أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية، ويكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الإنترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات تتاح بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص بما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتيحت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام سهلة ورخيصة، وتم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعة وتشكيل الرأي العام.¹¹⁸

وشكلت شبكة الإنترنت أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان والثقافات واللغات والفئات العمرية المختلفة والمهن دون تمييز. وكانت بداية هذا الدور ظهر منتصف التسعينات في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت وانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. كما عملت الإنترنت على إعادة تنشيط المجال المدني وتوسيع نطاق الحياة المدنية وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه وسرعته وتحديه للحدود الجغرافية، وكذلك عمل الإنترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفين في توفير فرص للتفاعل والاتصال فيما بينهم حول المجال السياسي العام وعملية صناعة القرار.¹¹⁹

¹¹⁸ Nisbet, erik., stoycheff, elizabeth. And pearce, kathy, "demanding democracy online: internet use and citizen attitudes about democracy" paper presented at the annual meeting of the international communication association, 2014 phoenix, p3.

¹¹⁹ burns, padraic. "the global internet: utopia, democracy, and the digital divide" paper presented at the annual meeting of the american sociological association, montreal, quebec, canada, 2006. p4.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

وأصبحت شبكة الإنترنت أداة للتعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة، وأتاح الإنترنت من خلال عملية استطلاعات الرأي والمشاركة في الانتخابات للعديد من المستخدمين أن يعبروا عن آرائهم بشكل منتظم، وقد عمل على اتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار وعمل على سد الفجوة بين المواطنين ومن يمثلونهم في المجالس النيابية.¹²⁰

وقد أدت الابتكارات التكنولوجية إلى نشوء أشكال جديدة من وسائل الإعلام المترافقة مع نماذج جديدة لتوزيع المعلومات واستهلاكها واستخدامها. كما تم تخطي الخطوط التقليدية الفاصلة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية مع اكتساب المواطنين إمكانية الوصول إلى منابر جديدة يعربون من خلالها عن آرائهم وأفكارهم الخاصة، ويتجاوزون بذلك المؤسسات الإعلامية الكبرى والحكومات التي ظلت لمدى طويل صاحبة القرار النهائي في ما يتعلق بتحديد المعلومات التي يتم نشرها.¹²¹

أولاً: مفهوم الرأي العام الإلكتروني Online Public Opinion

يُمكن توصيف الرأي العام الإلكتروني بأنه: ذلك الرأي الذي يُعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت.¹²² ونقدم بعض مفاهيم الرأي العام الإلكتروني فيما يلي:

¹²⁰ Yuqiong zhou & patricia moy , parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage, journal of communication, 2007, vol 57,p79.

¹²¹ عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، مارس 2011، ص12-13.

¹²² محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018، ص66.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

1. هو الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأي في الواقع الافتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة ازاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.¹²³
2. وهو محصلة الآراء والأحكام السائدة في المجتمع الافتراضي نحو قضية ذات طابع جدلي.¹²⁴
3. الرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المُتخيل هو كل (فكرة- اقتراح- رأي- مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تُدافع عن أيديولوجية بعينها أو تنبُع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال الانترنت لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، وفي هذه الحالة فالرأي العام الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو تلك الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.¹²⁵
4. هو إبداء الرأي نحو مختلف القضايا عبر منصات الجيل الثاني للويب والتي أتاحت عملية إنتاج المحتوى والتفاعلية الإلكترونية بين المستخدمين.¹²⁶

¹²³ Wu, shiwen. And liu, na. "contentious discourse and dynamic frames: the interplay among online public opinion, media report, and government discourse in public event" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, washington, 2013, p2.

¹²⁴ Roessler, patrick. And schulz, anne. "the spiral of silence and the internet: selection of online content and the perception of the public opinion climate in computer-mediated communication environments" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, 2012, p4.

¹²⁵ عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص14.

¹²⁶ Juliane urban , kristin bulkow (2013) tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , applications of social network analysis conference , 2013,vol 100, p113

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

5. هو الرأي السائد بين أغلبية مستخدمي الإنترنت والمعلن عبر صفحات التعبير عن الرأي في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش. وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً.¹²⁷

6. هو الرأي المتاح بالفضاء العام عبر وسائل الإعلام الجديد المختلفة، قد يكون موجوداً بمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تشارك الفيديو والوسائط المتعددة أو على ساحات المنتديات أو عبر غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني أو مواقع العرائض الإلكترونية، أو المساحات المتاحة لتعليقات المستخدمين والقراء، وأيضاً عبر رسائل الموبايل وتطبيقاته المختلفة، ويعتبر محصلة الآراء الشخصية تجاه حدث أو قضية جدلية في وقت محدد، وبالتالي لا يمكن اختزاله في رأي الأغلبية نظراً لأن رأي الأقلية قد يعلو صوته في المجال العام الافتراضي ويكسر دوامة الصمت.¹²⁸

7. هو حصيلة النقاشات المعبرة عن كل الشرائح التي تملك الإنترنت أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.¹²⁹

8. هو مجموع آراء الأفراد على شبكة الانترنت نحو قضية ما، مما يحتم على الحكومات متابعة وتحليل اتجاهات الرأي العام الإلكتروني، لمساعدتها على رسم السياسات واتخاذ القرارات بما يتلاءم مع الرأي العام الإلكتروني، والذي يعتبر قوة سياسية لا يستهان بها.¹³⁰

¹²⁷ Daniel lemin, public opinion in the social media era: toward a new understanding of the spiral of silence , unpublished master's thesis , the faculty in communication and leadership studies , school of professional studies , gonzaga university, 2010, p 10.

¹²⁸ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 69.

¹²⁹ Kim, kyungmo., baek, young min. And kim, narae. "online news diffusion dynamics and public opinion formation: a case study of 'controversy over judge's personal opinion expression on sns' in korea" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington, 2014, p2.

¹³⁰ Shi Feng , Daling Wang & others (2010) Summarizing and Extracting Online Public Opinion from Blog Search Results, the series Lecture Notes in Computer Science, 2010, Vol 5981 , pp 476-477.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين هما:¹³¹

1. **مستوى التعليم:** وهو مرتبط بعدد من المتغيرات الفرعية مثل: مدى توافر ثقافة التعامل مع الانترنت والوسائط التكنولوجية الحديثة، ومستوى التعليم للمستخدم.
2. **مدى تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة:** ويرتبط بمدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت أو بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة).

ثانياً: مظاهر التحول من الرأي العام الواقعي إلى الرأي العام الإلكتروني

تسبب ظهور الإنترنت عامة ولاسيما الشبكات الاجتماعية في تحول الرأي العام في الواقع الحقيقي إلى رأي عام إلكتروني عبر منصات وصفحات التعبير عن الرأي المتوفرة بالفضاء الإلكتروني، ولم تقتصر عملية التعبير عن الرأي على الإلقاء بالرأي فقط بل أيضاً مشاركة الرأي والتفاعل مع الآراء الأخرى والتعبئة والضغط وغيرها من العمليات الأخرى. وفيما يلي أهم مظاهر التحول من الرأي العام الواقعي إلى الرأي العام الإلكتروني:¹³²

1. إتاحة شبكة الانترنت والشبكات الاجتماعية الفرصة لكل جماعة أو فرد في تكوين جماعة افتراضية تقف خلف قضية ما تعبر عنها وتتعلق بمصالحها ويكون الانضمام لهذه الجماعة مفتوحاً أمام الجميع ممن لديهم الرغبة في المشاركة.
2. تجاوز المجتمع المحلي بكل تقسيماته الضيقة للخروج إلى رؤية عامة تتعلق باهتمام بقضية من قضايا الرأي العام الدولي، وأصبح لتلك القضايا وغيرها دور في الاستحواذ على اهتمام المواطن المحلي الذي ظهر كمواطناً عالمياً تهمة قضايا عالمية ويتفاعل معها من

¹³¹ مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، كلية الملك فهد الأمنية، مركز

البحوث والدراسات، ندوة الجرائم الإلكترونية الملامح والأبعاد، متاح عبر:

https://ncys.ksu.edu.sa/sites/ncys.ksu.edu.sa/files/424_2.pdf

¹³² محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 97-99.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

خلال المظاهرات أو الاحتجاجات أو المشاركة بالرأي والتعليق أو تكوين تحالفات مؤيدة وذلك عبر الفضاء الإلكتروني.

3. تحول القضايا التي ينبغي أن يتفاعل بشأنها داخل الحياة الأسرية أو في حدود الفرد تنتقل لتصبح موضع حوار في المجال الوسيط أو المجال العام، وذلك بعد كسر احتكار دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية.

4. بروز دور الكتلة الحرجة من الشباب لقيادة حركة التفاعلات الحادثة على الفضاء الإلكتروني وما تمثله من معارضة لكل ما هو قائم والرغبة في التغيير والتمرد على ما هو قائم، الأمر الذي يؤول إلى أنهم رافضون للمجتمع الواقعي القائم.

5. تمكن الفرد من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله، وذلك بالاستفادة من إمكانات الهاتف المحمول وقدرته على التصوير والاتصال بالإنترنت وغيرها من الخدمات المختلفة، وإتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان.

6. القدرة على القيام بشكل جديد من الحركات الاجتماعية ونوع جديد من وظائف المجتمع المدني، وذلك بالقدرة على القيام بعمل فردي تطوعي حر غير خاضع لتوجهات من جهات معينة بل للقناعات الخاصة للفرد.

7. القدرة على التحول من الاحتجاج الشخصي إلى تكوين وتشكيل جماعات وتحالفات الكترونية عبر الفضاء الإلكتروني تساعد على عملية تشكيل الرأي العام، وتنويره بما يدور في العالم الحقيقي.

8. إتاحة الفرصة لتكوين إعلام بديل يعبر عن اتجاهات المعارضة وقادر على الربط بين فئات اجتماعية مختلفة تتمثل في القوى الاجتماعية والثقافية والمدافعين عن حرية الرأي والتعبير، وآراء الأقليات أو اتجاهات مناوئة للمعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع، وتبني آراء وموضوعات لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام وسائل التقليدية،

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

والتصدي لهيمنة وسائل الإعلام التقليدية، وحشد الدعم والتضامن ضد سياسات النظام السياسي.¹³³

ثالثاً: أركان الرأي العام الإلكتروني

توجد خمسة أركان أساسية لا يقوم الرأي العام الإلكتروني إلا بتوافرها مجتمعة، ويمكن إجمالها فيما يلي:

الركن الأول: المجتمع الافتراضي Virtual society (المستخدمين)

فالرأي العام الإلكتروني لا يتكون من رأي فرد واحد فقط، بل من مجموعة كبيرة من المستخدمين تأثروا بهذا الرأي واتبعوا وتبنوا الفكرة أو المعارضة، فينتج عن ذلك في النهاية رأياً عاماً، ويكون عرض الآراء عن طريق الكلام المنطوق أو الكلام المكتوب أو كليهما أو الصور أو الفيديوها¹³⁴. وهناك عدة تعريفات للمجتمع الافتراضي، منها:

1. هو المجتمع الذي يستخدم التقنية الإلكترونية من حاسب آلي وهاتف محمول (الجيل الثالث) وشبكة الانترنت، ويتميز هذا المجتمع بالاتصالية العالية والمشاركة الحرة والفعالة في تشارك المحتوى الرقمي ونشر المعرفة.¹³⁵
2. وهي تجمعات اجتماعية لا ترتبط بمكان محدد ويكون بين تلك التجمعات وسائل للاتصال والتواصل عبر الفضاء الإلكتروني، ويجمعها أهداف مشتركة أو اهتمامات متشابهة، ويكون هناك حرية في الانضمام إلى هذه التجمعات أو الخروج منها أو تجديد الانضمام، وتعكس هذه المجتمعات تعبيراً عن حجم التفاعلات التي تحدث داخل الفضاء الإلكتروني عبر

¹³³ أحمد يونس حموده، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013، ص2.

¹³⁴ متعب بن شديد بن محمد الهماش، الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، أكتوبر 2007، عدد 304، ص48-49.

¹³⁵ Quortrup. L. 'understanding new digital media: medium theory or complexity theory,' european journal of communication, 2006, vol 21, no (3), p 345.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

مستويات اجتماعية واقتصادية وجغرافية مختلفة، وترتكز على المعرفة وأهمية المعلومات، وقد يكون لها معايير أخلاقية وثقافية معينة.¹³⁶

3. كما يعرف المجتمع الافتراضي بأنه: عبارة عن فضاء إلكتروني مفتوح لتفاعل المستخدمين معا عبر طرح النقاشات والآراء، والتداول الفكري والمناظرات السياسية، والاتصال ما بين الأفراد في مسائل الشأن العام.¹³⁷

ويعتمد هذا الحوار على عدد من المبادئ العامة تتمثل في عقلانية التفكير، قبول الآخر، التسامح، الإيمان بالتعددية وحرية الرأي والتعبير، ويهدف الجميع من هذا الحوار النقدي البناء إلى التوصل إلى الاتفاق الجمعي، أو تكوين الرأي العام الإلكتروني.

4. وهو المجتمع الذي يقوم على فضاء جديد أو جغرافيا جديدة تؤسسها الشبكات الإلكترونية التي تقيم فضاءا متشابكا يعيش فيه الإنسان بعلاقات وأواصر جديدة تربطه بالفضاء والزمن، والمجتمع المعلوماتي الجديد قائم على بنية اجتماعية هرمية تحكمها نخبة مثقفة تستلهم رؤيتها السياسية من العلم وليس من الإيديولوجيا، ويقوم المجتمع المعلوماتي على ثلاث مرتكزات هي: التاريخ والحدث والتقدم التكنولوجي.¹³⁸ ونبرز من خلال الجدول التالي أهم الفروقات بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي:

¹³⁶ وليد رشاد زكي عمر، الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي: بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2007، ص 45-50.

¹³⁷ خالد كاظم حماد، المجال العام الافتراضي وإعادة إنتاج السلفية، مجلة الديمقراطية، القاهرة، 2010، العدد 38.

¹³⁸ فائزة يخلف، الإعلام الجديد بين ثراء المنظومة المفاهيمية واستعصاء العدة الإجرائية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، ص 8.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

جدول (1) يوضح الفروق الجوهرية بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي¹³⁹

المجتمعات	البقاء	المكان	المحلية/ العالمية	الإدراك	الاتصال	العلاقات
الواقعي	دائم	محصور بمجال جغرافي معين	محلي	من خلال الحواس الخمسة	مواجهي	حقيقية
الافتراضي	مهدد بالزوال	غير محصور بمجال جغرافي معين	عالمي/ كوني	من خلال الآراء والأفكار والمفاهيم	وسيط	افتراضية

الركن الثاني: قضية جدلية أو موضوع معين يهم المستخدمين

فلا بد من وجود قضية ذات طابع جدلي أو موضوع محدد يهتم به المستخدمون أو فئة منهم كالشباب مثلاً، حيث يكون لهذه القضية الأولية في النقاش الإلكتروني نظراً لأنها تؤثر عليهم بشكل مباشر لمساسها بمصالحهم أو ظروف حياتهم أو عقيدتهم، وقد يكون تأثير القضية على المستخدم غير مباشر فتلامس مشاعره ووجدانه. وهناك أربعة أنواع للقضايا التي تثير الجدل وهي:¹⁴⁰

1. قضايا شعبية بحثة: ليس لها علاقة بالسياسة ولكن ذات طابع إجتماعي مثير وغريب.
2. قضايا السياسة العامة: وهي ترتبط بكل الاجراءات والقرارات المختلة التي تتخذها السلطات الحكومية التنفيذية.
3. قضايا الشرعية: وهي القضايا المرتبطة بالدساتير، والقوانين التشريعية، والأحكام القضائية، والتعديلات الدستورية.
4. قضايا حقوقية: مرتبطة بحقوق الإنسان بأنواعها المختلفة وكذلك العدالة الاجتماعية.

¹³⁹ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص103.

¹⁴⁰ Shiwen wu , na liu, contentious discourse and dynamic frames: the interplay among media report, online public opinion, and government discourse in public event, paper presented to the annual conference of association for education in journalism and mass communication ,Washington, 2013,p7.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

الركن الثالث: المناقشة الحرة والحوار بين المستخدمين (التفاعلية)

حيث أنهما السبيل الوحيد الكفيل بتشكيل الرأي العام الإلكتروني، ففي غياب المناقشة الحرة والحوار يكون من الصعوبة أن يتكون الرأي العام الإلكتروني، لأنه يتشكل نتيجة تفاعل اتصال الأفراد وتلاقى أفكارهم مع بعضهم البعض أو اختلافها، وقدرتهم على التعبير عن هذه الآراء بحرية.¹⁴¹

ويندرج تحت هذا الركن مفهوم التفاعلية الإلكترونية حيث تعتبر التفاعلية أكثر خاصية ذكرها الباحثون كخاصية أساسية تميز الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الجديد بصفة عامة، وهي الخاصية التي تحدد معنى الإعلام الجديد أكثر وأقوى من أي خاصية أخرى.¹⁴²

والتفاعلية تعتبر نوع من المشاركة التي تتم عبر البناء الشبكي الإلكتروني، والذي يتمثل في مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتمثل في الأفراد أو الجماعات أو الكيانات مثل الشركات والمؤسسات الافتراضية، ويمثل البناء الشبكي الرابط بين الأفراد والمجموعات من خلال وسيط الانترنت وعبر المجال العام الافتراضي لمناقشة قضايا ذات طابع شخصي أو اجتماعي، يتمخض عنها منفعة للأفراد أو الجماعات.¹⁴³

الركن الرابع: التقنية الإلكترونية (الوسائل والوسائط)

ويقصد بها الشبكة العنكبوتية الويب ولاسيما تطبيقات الجيل الثاني للويب (كمواقع التواصل الاجتماعي ومواقع التدوين المصغر والمدونات)، وأيضاً الهواتف الذكية وغيرها من الأدوات، حيث أنها

¹⁴¹ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 111.

¹⁴² Katerina serafeim, the impact of social media on press freedom in greece: benefits, challenges and limitations , journal for communication studies, 2012, vol. 5, no. 1 , p 9. yoshikashima, social psychology and social networks: individuals and ,¹⁴³ garry robins p 5- , black well publication , vol 11, asian journal of social psychology 2008, social systems

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

أصبحت ملاذاً آمناً نسبياً للتعبير عن الآراء بحرية وأخذ استطلاعاتهم دون خوف، وأحياناً تحت غطاء وهمي مجهول.¹⁴⁴

الركن الخامس: الزمن المحدد

فالوقت عنصر أساسي من عناصر عملية الرأي العام الإلكتروني وخاصة بعد الطفرة الهائلة في مجال الاتصالات مما يسهل سرعة التفاعل والانتشار، ويقصد بالزمن التاريخ (يوم، شهر، سنة)، والوقت (ثانية، دقيقة، ساعة). ولكل زمن ظروفه الخاصة والتي تؤثر في آراء المستخدمين وتشكيلها وتتغير بتغير أو بانتهاء المسببات لها والتي قد تكون سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو دينية أو خليط مما سبق، وكذلك للمراحل العمرية للمستخدم أهمية كبيرة، فتعبير المراهق عن آراءه إلكترونياً وعن القضايا التي تهمه تختلف عن الطريقة التي يعبر بها كبير السن وصاحب الخبرة والتجربة في الحياة.¹⁴⁵

رابعاً: خصائص الرأي العام الإلكتروني

يقسم رفعت خصائص الرأي العام الإلكتروني إلى نوعين: خصائص عامة وذاتية، ويقصد بالخصائص العامة أهم السمات الوصفية للرأي العام الإلكتروني، أما السمات الذاتية فهي التي تميزه عن الرأي العام التقليدي.

أ- السمات العامة للرأي العام الإلكتروني

1. **معن وحر:** يختلف الإعلام الجديد عن التقليدي في مقدار الحرية التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، فعن طريق المدونات، ننشر آراءنا صراحة دون الانحباس في دائرة رئيس التحرير أو السياسة التحريرية للصحيفة أو حتى السلطات الأعلى، وفي اليوتيوب توجد قنوات خاصة بنا، ولا نحتاج معها لقمر صناعي أو موافقة رسمية لتدشينها ومن خلالها

¹⁴⁴ Papacharissi, zizi. "remediating theory", paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, England, 2012, pp 3-6.

¹⁴⁵ Juliane urban, kristin bulkow, tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , social and behavioral sciences, 2013, vol 100 ,p 108.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

ننشر الأفكار والآراء وننتقد ما نشاء، وفي منصة X (تويتر سابقاً) نرسل الرسائل القصيرة للمئات، وعبر الفيسبوك نستطيع نشر وكتابة آرائنا بحرية، بالتالي أصبح من خصائص الرأي العام الإلكتروني أنه معلن على حوائط الشبكات الاجتماعية ويناقش مختلف القضايا بحرية.¹⁴⁶

2. نشط ومتغير: إن نشوء المجتمع المعلوماتي يهيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي السلبي في عملية الاتصال الجماهيري، الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، إلى مستخدم نشط يشارك في عناصر العملية الاتصالية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل الشبكات الاجتماعية، وقد أصبح المستخدم منتج محتوى ومن ثم لديه القدرة على التعبير على رأيه عبر الفضاء الإلكتروني، فنشاط المستخدم أدى إلى نشاط الرأي العام الإلكتروني، فعملية الانغماس والاهتمام بالشأن العام من قبل المستخدمين جعل الرأي العام الإلكتروني نشط ويتغير بتغير المواقف والأحداث وتوافر المعلومات.¹⁴⁷

3. سريع التقلب: حيث مكنت المعلومات من إمكانية تعبئة الرأي العام الإلكتروني خلف ما يحدث ودفع المستخدم للقيام برد فعل واقعي قد يغلب عليه الاستجابات العاطفية تارة، والرشادة والعقلانية في اتخاذ القرارات تارة أخرى، ومن ثم يتقلب الرأي العام الإلكتروني وفقاً للمستجدات المعلوماتية الواردة في الفضاء الإلكتروني.¹⁴⁸

4. سرعة التشكل والحساسية الزائدة نحو القضايا: حيث أنه يتجاوز الزمان والمكان وقيود الجغرافيا وذلك بفعل الكمبيوتر والأقمار الصناعية وأنظمة الاتصالات والانترنت وتوافر المعلومات

¹⁴⁶ رضوان بلخيري، الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، نوفمبر 2014، ص10.

¹⁴⁷ اسعيداني سلامي، استراتيجية الإعلام الجديد في دعم وتنمية الفكر الاجتماعي رؤية استشرافية في المضامين الإعلامية الاجتماعية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، نوفمبر 2014، ص5.

¹⁴⁸ Reiche, m.m , power structures and public opinion in a deep sea of facebook blue,unpublished MA thesis , faculty of humanities , utrecht university ,2013, p44

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

والأخبار، ومن ثم يتشكل الرأي العام الإلكتروني بشكل أسرع من الرأي العام الواقعي، كما أنه حساس نحو مختلف القضايا المثارة إلكترونياً، فالأحداث ذات الجسامة غير العادية قد يؤدي إلى تحويل الرأي العام الإلكتروني من طرف إلى طرف آخر نقيض، ليصبح شديد الحساسية لكل الأحداث الهامة المثارة على الساحة الإلكترونية.¹⁴⁹

5. **تنوع وتعدد الاتجاهات:** يصعب فرز الرأي العام الإلكتروني وتصنيفه لرأي الأقلية وأغلبية، ولكنه محصلة الآراء المتعددة الاتجاهات والتي تنتوع بها الأفكار والتوجهات والأيدولوجيات، ومن ثم يغلب عليه ثمة التعدد والتنوع في الاتجاهات والرؤى المطروحة عبر الفضاء الإلكتروني.¹⁵⁰

ب- السمات الذاتية للرأي العام الإلكتروني

الانتشار والوصول: يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه يصل إلى شريحة كبيرة من الجمهور في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التقنية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالتحليلات.

سهولة قياس اتجاهاته: ويقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عديدة من خلال برامج تقنية مختلفة والتي توفر الإحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حد مقبول نسبياً- بالرغم من أن العينة قد تكون غير ممثلة للمجتمع بشكل دقيق- كما يمكن الاعتماد عليه من قبل القيادات وصناع القرار لمساعدتهم

¹⁴⁹ Jeremy littau, the virtual social capital of online communities: media use and motivations as predictors of online and offline engagement via six measures of community strength , unpublished phd dissertation , the faculty of the graduate school At the university of missouri, 2009, pp 120-122.

¹⁵⁰ park, namsu., kee, kerk. And valenzuela, sebastian. "understanding group participation in social networking environment: motivations for using facebook groups and social outcomes" paper presented at the annual meeting of the nca 95th annual convention, Chicago,2009, p5.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

في صنع واتخاذ القرارات المناسبة، ومن البرامج المطورة لقياس الرأي العام الإلكتروني برنامج الكنز العربي لقياس الرأي العام الإلكتروني (<http://el-kanz.com>).

التفاعل: يتسم الرأي العام الإلكتروني بالتفاعل، فالمستخدم يعلق بآرائه ويتفاعل مع الآراء الأخرى سواء في القضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية، ويزداد التفاعل مع زيادة اهتمام المستخدم بالقضية ومدى جدلية القضية وأهميتها بالنسبة له.¹⁵¹

انخفاض التكلفة: ففي الآونة الأخيرة أصبح الدخول على الانترنت والتقنيات الإلكترونية رخيصة. كما أنه أصبح بالإمكان استخدام الانترنت مجاناً في بعض الأماكن، ومن ثم تعتبر مسألة التعبير عن الرأي الإلكتروني ليست بالأمر المكلف.

خصوصية المبحوث (المستطلع): ساعدت التقنية الإلكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام، حيث أن المبحوث عبر التقنية الإلكترونية يتمتع بميزة الخصوصية، لأنه لا يقابل الباحث أو المركز الذي يقوم باستطلاع الآراء مباشرة، بل يتم ذلك عبر وسيط وهي التقنية بأنواعها المختلفة، وبإمكان المبحوث عدم ذكر اسمه وكتابة اسم مستعار له، مما يخفف شدة التوتر والخوف أو التردد في طرح رأيه بشفافية، بالتالي يتميز الرأي العام الإلكتروني بالحفاظ على خصوصية المبحوث وعدم انتهاكها.¹⁵²

اللامركزية: يتحرر الرأي العام الإلكتروني من هيمنة وتوجيه الحكومات أكثر من الرأي العام الواقعي الذي قد يتم توجيهه والتأثير عليه وتضليله، فنظراً لغياب الجهاز البيروقراطي على الانترنت والشبكات الاجتماعية وتوافر قنوات اتصالية مفتوحة ولا مركزية متحررة من عراقيل القرارات الهرمية الحكومية والسياسية، وتعدد أشكال الاتصال واتجاهاته ومضامينه وقوالبه الفنية كل هذه العوامل جعلت من الرأي العام الإلكتروني رأياً حراً لا مركزياً.¹⁵³

¹⁵¹ Rob S. Gerrits, Rianne A.P. van der Zanden, Renske F.M. Visscherand Barbara P. Conijn Master your mood online: A preventive chat group intervention for adolescents, Australian e-Journal for the Advancement of Mental Health (AeJAMH), 2007, Vol 6, Iss 3, p8.

¹⁵² متعب بن شديد بن محمد الهماش، الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، أكتوبر 2007، ص 49.

¹⁵³ Deen g freelon, analyzing online political discussion using three models of democratic communication new media & society, 2010, vol 12, p 1175.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

الاندماج والتكامل الدولي: يسهم الرأي العام الإلكتروني في إنشاء روابط وتجمعات إلكترونية بين الدول المختلفة، بما يعزز من التفاهم الدولي المشترك، وكذلك تسهيل عملية اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية وإمكانية التنسيق لتشكيل رأي عام إلكتروني دولي خلف القضايا المختلفة.¹⁵⁴

الشفافية: ساهمت عملية التدفق الحر للمعلومات عبر الفضاء الإلكتروني في تكوين رأي عام إلكتروني يتسم بالوضوح والشفافية، حيث يمكن معرفة ما يحدث في أي دولة من قضايا وأحداث كانتهاكات حقوق الإنسان ومن ثم يتشكل الرأي العام الإلكتروني حول مختلف القضايا المحلية والدولية بشكل معلن وشفاف.¹⁵⁵

أكثر تحرراً من الرأي العام الواقعي: فنظراً لعدم خضوع الفضاء الافتراضي للرقابة وأجهزة القمع فيمكن للرواد ان يعبروا عن آرائهم بحرية تفوق حدود الحريات المتاحة للرأي العام الواقعي، وقد يتكون الرأي العام الإلكتروني تجاه قضايا عقائدية وأخلاقية.¹⁵⁶

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الخامسة، وإطلاعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. قدم تعريف شامل للرأي العام الإلكتروني؟
2. ما هي التسميات المختلفة للرأي العام الإلكتروني؟ اشرحها باختصار
3. حدد بأسلوبك الخاص الفروقات بين الرأي العام الواقعي والإلكتروني.
4. هل يشترط توفر جميع أركان الرأي العام الإلكتروني؟

¹⁵⁴ I bode, ek vraga, p borah, dv shah a new space for political behavior :political social networking and its democratic consequences, journal of computer-mediated communication, 2014, vol 19 , iss (3), pp415-416.

¹⁵⁵ I bode, a hanna, j yang, dv shah, candidate networks, citizen clusters, and political expression strategic hashtag use in the 2010 midterms , the annals of the american academy of political and social science, 2015, vol 659 , iss1 , p152.

¹⁵⁶ lansdall-welfare, t; lampos, v; cristianini, n; effects of the recession on public mood in the uk. In: proceedings of the 21st international conference companion on world wide web. 2012, P:1225.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

المحاضرة السادسة: الرأي العام الإلكتروني وظائفه - والعوامل المؤثر به

أولاً: وظائف الرأي العام الإلكتروني

لرأي العام الإلكتروني العديد من الوظائف التي يسهم في تحقيقها، منها:

1. **وظيفة المعارضة الإلكترونية:** حيث يسهم الرأي العام الإلكتروني في إبراز الأصوات

المعارضة والمتحررة للمستخدمين كي يعبرون عن آرائهم بحرية سواء بالنقد أو التأييد أو

الرفض أو التزام الحياد، ومن ثم لرأي العام الإلكتروني وظيفة تمكينية للمستخدم، للتعبير

عن رأيه بحرية ولاسيما شريحة المعارضة والتي تجد من الشبكات الاجتماعية والمدونات

مجالاً خصباً للمعارضة والنقد.¹⁵⁷

2. **وظيفة حارس البوابة:** ساهمت عملية الانصهار بين منتج المحتوى والمستخدم وتبادل

الأدوار بينهما في آن واحد في أن يكون للرأي العام الإلكتروني وظيفة حارس البوابة،

فمستخدمو الشبكات الاجتماعية هم من يحددون أجندة القضايا التي تهمهم على مضامين

الإعلام التقليدي إلى مفهوم آخر أصبح المستخدم هو المتمكن الأول في المضمون وله

السيطرة على ما يرغب الاطلاع عليه ونشره وقت ما شاء، كما سقطت عمليات التعميم

والتظليل الإعلامي التي كانت تمارسه بعض وسائل الإعلام التقليدي، ومن ثم أصبح الرأي

العام الإلكتروني متحرر من التأثيرات التقليدية للدعاية المظلمة أو السلطات والأنظمة

الحاكمة.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Prescott, Iana. moral support, moral opposition, and political action: selfperceived moral minorities are more politically active "paperpresented at the annual meeting of the american sociologicalassociation annual meeting, new york,2013, p3.

¹⁵⁸ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص132.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

3. وظيفة تأثيرية على الإعلام التقليدي: يؤدي الرأي العام الإلكتروني وظيفة التأثير على

أجندة وسائل الإعلام التقليدي، حيث تطفو قضايا مختلفة في الساحات الافتراضية ويثار حولها الجدل الافتراضي، ومن ثم تتبنى أجندة وسائل الإعلام التقليدي بعض هذه القضايا وتتأثر بالجدل الافتراضي، كما نجد أن النخب السياسية الناشطة إلكترونياً قد أصبح لها تواجد على ساحات الإعلام التقليدي.¹⁵⁹

4. الوظيفة الرقابية: تعتبر الرقابة الشعبية الافتراضية التي يمارسها الرأي العام الإلكتروني

نوع من التحكم والتوجيه الذي يقوم به المستخدم نحو أمر أو موضوع أو سلوك استناداً للضوابط والمعايير الافتراضية المتفق عليها سلفاً في الفضاء الافتراضي، بغية التخلص من الأخطاء التي تهدر الجهد والموارد المالية في طريق الوصول إلى تحقيق الأهداف الموضوعية¹⁶⁰. وهي نوع من الرقابة يمارسها المستخدمون الناشطون على إجراءات العملية السياسية أي كان نوعها (انتخابات، قضايا سياسية، قضايا اجتماعية، احتجاج) من خلال ما يقدمونه من شكاوى وبلاغات أو حتى آراء نقدية أو تصحيحية.¹⁶¹

ثانياً: العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني

يؤثر في تشكيل الرأي العام الإلكتروني عدة عوامل منها: ما هو مشترك ضمن عوامل التأثير في الرأي العام الواقعي كالدين والذي يشكل المصدر الأول للسلوك والآراء والمثل والمنطق، وكعامل تأثير الأوضاع السياسية والاقتصادية، وكعامل تأثير العماء والقادة (النشطاء)، وعامل تأثير التجارب الشخصية

¹⁵⁹ شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، جوان 2014، العدد 7، ص116.

¹⁶⁰ Hmielowski, j. D., hutchens, m. J. And cicchirillo, v. , "online media use, social norms, and aggressive online communication: a communication process of political flaming" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, 2013, p7.

¹⁶¹ Wang, x. , "online public spheres: how internet discussion forums promote political participation in china" paper presented at the annual meeting of the nca 93rd annual convention, chicago, 2007, p5.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

والأحداث الهامة، أما العوامل المستجدة التي تؤثر في تشكيل الرأي العام الإلكتروني يمكن إجمالها فيما يلي:¹⁶²

- الحملات الانتخابية الإلكترونية.
- حملات المناصرة الإلكترونية.
- الرقابة على الشبكات الاجتماعية والانترنت.
- الشائعات في الفضاء الافتراضي.
- الحروب الافتراضية (الجيل الخامس للحروب).
- القرصنة السياسية الافتراضية.
- التسريبات الإعلامية الإلكترونية.
- اللجان الإلكترونية (جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية).
- الاتجاهات التعصبية والأيديولوجية للمستخدم
- تأثير رأس المال الاجتماعي

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة السادسة، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. ابحث وتحدث عن الشائعات في الفضاء الإلكتروني (الافتراضي) مع ذكر أمثلة.
2. ما هي اللجان الإلكترونية؟ تحدث عنها مع ذكر أمثلة.
3. ما المقصود بالاتجاهات العصبية والأيديولوجية للمستخدم عبر الانترنت؟ أذكر مثال أو نموذج.
4. ماذا تعرف عن رأس المال الاجتماعي؟ وما تأثيره في الرأي العام الإلكتروني؟

¹⁶² محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص155.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

المحاضرة السابعة: مشكلات الرأي العام الإلكتروني

أولاً: مشكلات تواجه الرأي العام الإلكتروني

من أهم هذه المشكلات ما يلي:

1. تفشي الأمية الإلكترونية في المجتمعات النامية: مما يجعل الرأي العام الإلكتروني متأخراً لديهم وغريب الاسم والأطوار لعدم معرفتهم بكيفية الاستخدام والتشكيل.¹⁶³

2. تصفية المضمون والحجب: حيث استطاعت بعض الأنظمة الحاكمة من تصفية المضمون قبل وصوله للمستخدم، وحجب ومنع مواقع الشبكات الاجتماعية مما يصعب على المستخدم أن يعبر عن رأيه في هذه المجتمعات الافتراضية.

3. الفجوة الرقمية: نظراً للاختلافات الكلاسيكية في التدفق الإعلامي على المستوى الدولي بين دول الشمال (العالم المتقدم) والجنوب (العالم النامي)، نجد أن هذا الاختلال قد امتد ليشمل الانترنت والتكنولوجيا الرقمية فحدثت فجوة رقمية بين من يملكون التكنولوجيا ومن يستهلكونها فقط، ومن ثم تؤثر هذه الفجوة على الرأي العام الإلكتروني والذي يصبح رأي تابع بالنسبة للدول المستهلكة للتكنولوجيا وليس مستقل.¹⁶⁴

¹⁶³ Shanto Iyengar & Robert C. Luskin, Facilitating Informed Public Opinion: Evidence From Face-To-Face And Online Deliberative Polls , Paper Presented At The Meetings Of The American Political Science Association, Philadelphia, 2003, p 9.

¹⁶⁴ ميمون الطاهري، الإعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية: جني الوجي الهوية ومسألة الخطاب، مؤتمر إعلام جديد تكنولوجيا جديدة لأجل عالم جديد، جامعة البحرين، 2009، ص 40.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

ثانياً: ايجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني

ايجابيات الرأي العام الإلكتروني

ساهم الرأي العام الإلكتروني في تحقيق عدد من الفوائد والايجابيات بالنسبة للمستخدمين، منها:¹⁶⁵

1. يساعد المستخدمين على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم من خلال الويب والتقنيات الأخرى.
2. تشجيع المستخدمين على إبداء الآراء دون خوف وبحرية.
3. يمكنهم من معرفة موقف من حولهم تجاه أي قضية مطروحة ومعرفة تفكير الآخرين حيال القضايا.
4. اكتشاف مواهب جديدة ولاسيما ممن يدلون بآراء إلكترونية ساخرة.
5. قد يساعد الحكومات على اتخاذ قرارات معينة نتيجة لتحليل الرأي العام الإلكتروني تجاه القضايا الوطنية المختلفة.
6. يحقق نوع من التواصل الثقافي مع المجتمعات الأخرى والمجتمع العالمي.
7. يساهم في تعميق مفهوم عولمة الرأي العام، فالاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها اتخذت طابعاً عالمياً مستفيدة من التطور الهائل الذي وصلت إليه تقنية الاتصالات.
8. يعمق من شعور المستخدم بتقديره لذاته.

¹⁶⁵ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص222-223.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

سلبيات الرأي العام الإلكتروني

الرأي العام الإلكتروني يعتريه العديد من العوائق والسلبيات منها:¹⁶⁶

1. اقتصاره على مستخدمي شبكة الانترنت وحائزي التقنيات الإلكترونية الأخرى فقط.
2. قد يكون أحياناً متعارض مع الثوابت الأساسية في المجتمع مثل الدين والعادات وغيرها.
3. يصعب في بعض الأحيان معرفة الجمهور المستخدم ونوعيته وسماته الحقيقية.
4. عدم الثقة الكاملة بنتائج الرأي العام الإلكتروني لوجود بعض الثغرات التقنية.
5. استخدام الأسماء المستعارة التي تساعد على عدم ظهور الشخصية الحقيقية للمستخدم، مما يسهل له الإساءة للآخرين والتعبير غير الأخلاقي عن رأيه، والبعد عن أدبيات الحوار والأخلاقيات العامة.
6. انتشار معلومات مغلوطة أو شائعات عبر الأوساط الإلكترونية قد تؤدي إلى تشكيل رأي عام إلكتروني مضلل.
7. عدم توافر عنصر الجدية في كثير من الآراء المطروحة على الساحات الإلكترونية.
8. زيادة حالة التفتيت المجتمعي: حيث ينقسم المستخدمون فيما بينهم في آرائهم وتفاعلاتهم وتعليقاتهم.

¹⁶⁶ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 223-224.

المحور الثاني: الرأي العام الإلكتروني

ثالثاً: صعوبات قياس الرأي لعام الإلكتروني

هناك صعوبات في عملية قياس الرأي العام الإلكتروني، منها:¹⁶⁷

1. **صعوبة تمثيل المجتمع:** حيث يقتصر إبداء الرأي الإلكتروني على من له القدرة على امتلاك التكنولوجيا والتعامل معها، ومن ثم من الصعوبة تعميم نتائج قياسات الرأي العام الإلكتروني على المجتمع الواقعي نظراً لعدم تضمين كافة فئات المجتمع في عملية التفاعل والتعبير عن الرأي الإلكتروني، فبعض الفئات لا تتمتع بالعلم الكاف للتعامل مع التكنولوجيا الاتصالية عبر الانترنت، وبعض المجتمعات لا تتوافر لديها ساحات التعبير عن الرأي نتيجة لحجب بعض مواقع الشبكات الاجتماعية.
2. **ظهور جماعات الضغط الإلكترونية:** وهي من العوامل التي تجعل نتائج قياس الرأي العام الإلكتروني متحيزة لصالح رأي أو حزب أو قضية معينة، فقد يستغل بعض الساسة الشبكات الاجتماعية والفضاءات الافتراضية في تحشيد وترويج رأي معين عبر جهاز وآلة تعبئة افتراضية مكونة من لجان إلكترونية هدفها توجيه الرأي العام وإبراز وبلورة وجهة نظر واحدة ومن ثم تأتي نتائج القياس غير معبرة عن واقع الرأي الحقيقي للمستخدمين.
3. **صعوبة الوصول للبيانات الشخصية الصحيحة:** فبعض المستخدمين يقومون بتدشين حسابات شخصية مزيفة بأسماء وصفات غير حقيقية ومن ثم يصعب التعرف على الهويات الحقيقية للمبحوثين في الفضاء الافتراضي.

تمارين الأعمال الموجهة

من خلال دراستك للمحاضرة السابعة، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. ابحث عن الأدوات الحديثة لقياس الرأي العام الإلكتروني؟ وما صعوباتها؟
2. تحدث عن إيجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني في الجزائر.

¹⁶⁷ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 247.

المحاضرة الثامنة: نشأة القياس وأهميته ووظائف

أولاً: نشأة قياس الرأي العام وتطوره

قبل ظهور الطرق العلمية المضبوطة لقياس الرأي العام كانت للمجتمعات القديمة طرق بسيطة غير مضبوطة بالطبع لقياس الرأي العام، وغير مقننة ولكنها كانت تؤدي المقصود منها على شكل اجتاهدي لغرض تحسين أحوال الناس وأقوالهم وآرائهم.¹⁶⁸

وكذلك استعملت المقابلة كطريقة استقصاء رأي الناس ووجهات نظرهم حول القضايا المختلفة منذ القدم¹⁶⁹. أما في عصرنا فقد ظهرت صورة حديثة لقياس الرأي العام إذ حلت الأدوات والمناهج المضبوطة محل الطرق القديمة وإن كانت لا زالت بعد تمثل جانباً لا يمكن الاستغناء عنه لقياس الرأي العام؛ كالمقابلة والملاحظة.

وتحتل عملية قياس الرأي العام أهمية متزايدة في العصر الحديث، حيث تعتبر خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، ولقد انتقلت عدوى استطلاع الرأي العام في بعض البلدان كالولايات المتحدة الأمريكية من سوق السلع والتجارة إلى سوق السياسة والحكم. ويمكننا إيجاز أهم مراحل تطور قياس الرأي العام في ثلاث مراحل:¹⁷⁰

المرحلة الأولى: مرحلة الاقتراع الأول (مرحلة التكهّن)

حيث تعود بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام إلى حوالي عام 1824 حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق - إلى استطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات فيما كان يسمى بالاقتراع الأولى.

¹⁶⁸ محمد شومان، إشكاليات قياس الرأي العام، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص 82.

¹⁶⁹ حامد عبد الله ربيع، مقدمة في نظرية الرأي العام، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2007، ص 278.

¹⁷⁰ أنظر: عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 107-109.

المحور الثالث: القياس

ولكن هذه الطريقة كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح للرأي العام، وبالتالي كانت لا تدعو إلى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذي اتبعته مجلة (الخلاصات الأدبية) إلى إفلاسها، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات ودفاتر التليفونات، وهي كما هو واضح عينات غير ممثلة للمجتمع، متحيزة لذوي الدخل العالي نسبياً.

المرحلة الثانية: مرحلة العلم

وفيها تم الانتقال من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام: مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات، وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الإنجاز، وكانت الانطلاقة الفعلية لهذه المرحلة مع تأسيس معهد جالوب للرأي العام سنة 1935- وكع غيره من المهتمين بقياسات الرأي العام.

ونجحت عملية قياس الرأي العام نجاحاً كبيراً في التنبؤ بنتائج الانتخابات الأمريكية عامي 1940 و1944، وأدى فرط الثقة على نوع من الغرور جعل هذه المراكز تتنبأ في وقت مبكر بفوز روزفلت بالرئاسة على منافسه ترومان عام 1948، وفشلت هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وتعرضت عملية قياس الرأي العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة أخرى، عندما تنبأ معهد جالوب عام 1960 بنتائج الانتخابات بين كيندي ونيكسون تنبؤاً صحيحاً ودقيقاً.

المرحلة الثالثة (مرحلة النضج)

حيث شهد عقد الستينات والسبعينات من القرن الماضي انطلاقة حقيقية في مجال قياس الرأي العام، تمثل في امتداد هذا النشاط العلمي إلى دول الاتحاد السوفيتي السابق، وإلى العديد من دول أوروبا الشرقية، وغيرها من دول العالم.

ولعل مرحلة النضج التي بدأت منذ أوائل السبعينات من القرن الماضي تبدأ بتناول استطلاعات الرأي العام وقياساته برؤية شاملة متكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص بالعملية وليس مجرد الاكتفاء برصد موقف الرأي العام في اللحظة الآنية.

المحور الثالث: القياس

ثانياً: أهمية قياس الرأي العام

لقد أصبحت بحوث الرأي العام بمثابة المصابيح التي تهتدي بها الحكومات في الدول المتقدمة لمعرفة اتجاهات الجماهير، وتحلل البيانات التي تحصل عليها أجهزة قياس الرأي العام أهمية بالغة للحكومات لكي تسترشد بها في معرفة ما يدور في أذهان الناس، وما آمالهم؟ وردود أفعالهم تجاه المشروعات الحكومية في مختلف الميادين، ولماذا تفكر جماعات معينة بالطريقة التي تفكر بها في وقت بعينه، وفي مكان بعينه، وتحت ظرف معين؟؛ وتفرض ديناميكية الرأي العام وتغيره المستمر على صانعي السياسات ومتخذي القرارات سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، أو على المستوى القومي، أو القطاعي أو الجزئي، أو المركزي 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 هذا الواقع، والتوصل إلى الصورة الصحيحة حول القضايا والأحداث من معلومات وآراء واتجاهات.¹⁷¹

كما تستهدف قياسات الرأي العام التعرف على الدوافع الكامنة وراء الآراء، والتعرف على شدة الرأي وعمقه إزاء القضايا والاحداث والأشخاص، وتتسم عملية قياس الرأي العام بالبطء النسبي في انجازها واستخراج نتائجها وتحليلها، وهنا يصبح من الأهمية استخدام أساليب وطرق قياس تتميز من حيث التصميم والمعالجة، لأن نتائج هذا النوع من القياس يعطي أبعاداً أكثر عمقاً، وتحليلاً شاملاً ومتعمقاً لاتجاهات الرأي العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل فئة من فئات الجمهور المستهدف بعملية القياس، حيث تسعى بحوث الرأي العام إلى دراسة مشكلات المجتمع الملحة الراهنة التي تعد قضايا أخلاقية يثار حولها النقاش بين أفراد الجمهور العام أو بعض فئاته وشرائحه.¹⁷²

¹⁷¹ محي الدين عبد الحليم، الرأي العام، مرجع سابق، ص118.

¹⁷² المرجع السابق، ص118-119.

المحور الثالث: القياس

وتقوم الحكومات في ضوء هذه الدراسات بإعداد خططها بما يتماشى مع اتجاهات الرأي العام، كما تقوم بسن القوانين واللوائح واتخاذ القرارات المناسبة التي تمس مصالح الجماهير حتى لا تعمل هذه الحكومات في اتجاهات مضادة لاتجاهات الرأي العام، وحتى يقف الرأي العام أيضاً سنداً مؤيداً لها متعاوناً في المشروعات التي تعهدها، وحتى يكون هذا الرأي العام سنداً للهيئات والمؤسسات الحكومية.

وتزداد أهمية قياس الرأي العام بالنسبة للمؤسسات الإعلامية التي تنطق باسم الحكومة وتعبر عنها، وبدون دراسة علمية ودقيقة للرأي العام فإن الأجهزة الحكومية ستعمل في فراغ، ولن تجد من يسمع لها أو يهتم بها، أما الاعتماد على الاجتهادات الشخصية في معرفة الرأي العام فإن نتائجها غير مضمونة وفي تكون مضللة.¹⁷³

ثالثاً: وظائف بحوث الرأي العام

حدد دافيد كريتش (David K. retch) وريتشارد كرتشفيلد (Richard Cruchfield) أهمية بحوث الرأي العام في قيامها بتأدية الوظائف التالية:¹⁷⁴

أولاً: الوظيفة الإعلامية

وذلك عن طريق إعلام المواطنين بآراء واتجاهات غيرهم من الناس، وتتفوق بحوث الرأي العام على وسائل الإعلام العادية مثل الإذاعة والتلفزيون والصحف في هذا الصدد، حيث تكون هذه الوسائل وغيرها في كثير من الأحيان قاصرة عن كشف النقاب عن سوء الفهم في كثير من الأمور، وذلك حين لا تستطيع تقديم صورة صادقة عن أفكار الناس وما يدور بأذهانهم حين تركز اهتمامها على نوعيات معينة من هؤلاء الناس، وكثيراً ما تتميز في تناولها لقضايا معينة تخص بها فئة دون أخرى، وتلعب بحوث الرأي

¹⁷³ المرجع السابق، ص 119.

¹⁷⁴ Kerch, David and Grutchfield, Theory and Problems of Social Psychology, Bombay, McGraw Hill Publishing Company 1998, pp.300-308.

المحور الثالث: القياس

العام دوراً ايجابياً في تصحيح هذه المواقف وذلك عن طريق إذاعة نتائج هذه الدراسات باختيار عينة صحيحة، وإجراء الدراسات العلمية السليمة.

ثانياً: خلق قيادة ديمقراطية

حيث تساهم بحوث الرأي العام في إبقاء القيادات السياسية والفكرية والعلمية في مختلف التنظيمات والأجهزة على صلة وثيقة بالشعب، ولا يمكن إقامة واستمرار قيادة ديمقراطية دون أن تكون على صلة وثيقة بآراء الشعب واتجاهاته ومتفاعلة معها.

ونظراً لأن نتائج بحوث الرأي العام تضيء الطريق لصناع القرار، وتحقق التقارب بين السلطة السياسية والقاعدة الشعبية، وتفتح آفاقاً واسعة للخلق والابتكار، لأن المسؤول في الأنظمة الديمقراطية لا يستطيع أن يصدر قراراً أو يسن قانوناً إلا بعد أن يتعرف على احتياجات هذه الجماهير، ويستشعر آمالهم وآلامهم، ويصارعهم بالحقائق الموضوعية والمعلومات المتجردة.

ثالثاً: مساعدة الإدارة الحكومية

تساهم نتائج دراسات بحوث الرأي العام في حل مشاكل الإدارة والمؤسسات، وذلك عن طريق تقييم المشروعات والخطط الحكومية المختلفة، ويتضح هذا بصورة جلية قبل الحروب وأثنائها وبعدها عن طريق إجراء سلسلة من الدراسات حول هذه المشروعات والخطط.

رابعاً: خلق التفاهم الدولي: وذلك بتقديم صورة صحيحة صادقة عن الشعب إلى الشعوب الأخرى، مما ينتج عنها إقامة العلاقات بين مختلف الشعوب على أسس سليمة وأمينية.

خامساً: إعداد البيانات لدراسة مشكلات الفرد والجماعة من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها لتوجيه الخطط الإعلامية توجيهاً صالحاً، ولتحقيق النجاح لخطط الحكومة ومشروعاتها.

سادساً: مد رجال الأعمال والصناعة والتجارة والبنوك بالبيانات الدقيقة عن اتجاهات الشعب في الاقبال على سلع أو مصنوعات معينة، والإعراض عن أخرى، وعن موقفه تجاه توظيف رؤوس الأموال، وأعمال الادخار والاكتتاب في الأوراق المالية من أسهم وسندات.

المحور الثالث: القياس

سابعاً: إظهار ميول الرأي العام لمبدأ من المبادئ، أو لفكرة تتناول سياسة الدولة أو إجراء تحولات السياسة الدولية.

ثامناً: وضع الإحصاءات الدقيقة لإمكان دراسة مسائل عديدة تهم الدولة والجمهور وتوجهها لصالح الشعب مثل عمليات تأمين الصناعات والبنوك وغيرها، والمرافق العامة والعناية بها كوسائل النقل والكهرباء والمياه.

تمارين الأعمال الموجهة

من خلال دراستك للمحاضرة الثامنة، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. لماذا بدأت المرحلة الثانية بالعينة الحصصية؟
2. فيما تتمثل أهمية قياس الرأي العام للأنظمة والمؤسسات الإعلامية؟
3. من خلال متابعتك للشأن الوطني ما هي أكثر الوظائف التي تعتقد أن بحوث الرأي العام قادرة على تحقيقها.

المحور الثالث: القياس

المحاضرة التاسعة: التقسيم الوظيفي لبحوث الرأي العام - خطواته ومشكلاته

أولاً: التقسيم الوظيفي لبحوث الرأي العام

يساعد قياس الرأي العام في معرفة الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي حيث يمكن معرفة المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة واحتياجات الرأي العام ورغباته، كما يوفر ذخيرة حية من المعلومات عن الرأي العام ومقوماته واتجاهاته تساعد على اتخاذ القرار المناسب في ضوء الحقائق المتوافرة وتوجيه الرأي العام توجيهاً سليماً وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وآراء واتجاهات تساعد في دفع عملية التنمية.¹⁷⁵

يمكن تقسيم مسح الرأي العام تقسيماً وظيفياً على النحو التالي:¹⁷⁶

استطلاع الرأي العام: ويعتبر أول أنواع مسح الرأي العام، ويستهدف التعرف السريع والفوري للرأي العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكفي بمعرفة الرأي العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات والنكت وتحليلها.

قياس اتجاهات الرأي العام: ويستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة وراءها، ويتميز بالبطء النسبي في إنجازه، ويستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي.

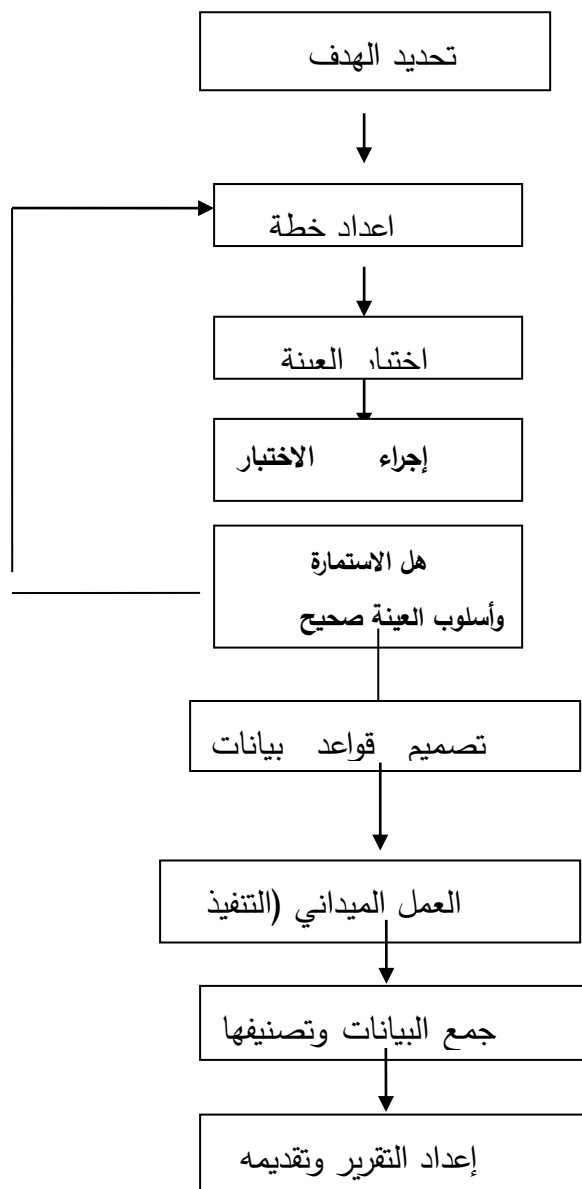
بحوث الرأي العام: تستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد في التخطيط الإعلامي، وقد تكون بحثاً نظرية مثل البحوث التي تتناول بالدرس مقومات الرأي العام في دولة ما، أو ميدانية مثل تحليل دوافع مروجي الشائعات وخصائصهم وعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام، أو الكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم، وقد تكون بحثاً تحليلية لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد وخارجها، مثل تحليل التناول الإعلامي لقضية ما من القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التعليمية...إلخ.

¹⁷⁵ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص107.

¹⁷⁶ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص113-114.

ثانياً: خطوات إجراء بحوث الرأي العام

يمكن تلخيص خطوات واجراءات قياس الرأي العام من خلال الشكل التالي:¹⁷⁷



شكل (1) خطوات منهجية قياس الرأي العام

¹⁷⁷ مهدي محمد البياض، وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، عدد 02، حزيران 2006، ص 152.

المحور الثالث: القياس

ونقوم بشرح الخطوات المنهجية لقياس الرأي العام على النحو التالي:¹⁷⁸

1. تحديد الهدف

وهو مرحلة هامة وحاسمة في جميع البحوث، حيث على دقتها تعتمد كل المراحل اللاحقة. وفي هذه المرحلة يقوم القائم بقياس الرأي بالتحديد الدقيق لمجتمع الدراسة، أي من هم الأشخاص الذين سيتم قياس رأيهم حيال القضية موضوع القياس، كما يحدد طبيعة البيانات الرمد الحصول عليها، هل هي بيانات كمية أم كيفية؟ كما لا ننسى درجة الدقة المطلوبة في تحديد مجتمع الدراسة وجمع البيانات.

2. إعداد خطة المسح المقترحة

وهي المخطط الذي يسير عليه القائم بقياس الرأي في كافة مراحل العملية، فيبدأ بتحديد الأشخاص الذين سيجري معهم المسح، وهنا يدقق الباحث العملية التي كان قد بدأها في المرحلة الأولى، إذ ينتقل من العموم إلى الخصوص.

كما تحتوي هذه المرحلة على تحديد الطريقة التي يتم بها المسح، فهل ستكون هناك مقابلة مباشرة، أم عن طريق الهاتف، البريد، البريد الإلكتروني... وما هي الأسئلة التي يتم طرحها على المبحوثين؟ وما هي طرق التحليل التي يمكن اعتمادها للوصول إلى النتائج، ومتى يبدأ المسح ومتى ينتهي؛ بمعنى تحديد المدة الزمنية المخصصة للمسح، وفي هذه المرحلة يجب على القائم بالمسح أن ينتبه لمصادر الخطأ المتوقع حصوله، سيكون الخطأ في المقياس؛ أو طريقة القياس، أو في العينة، أو في عدم استجابة أفراد العينة، والغرض من هذا التوقع هو وضع خطة بديلة، وتحري الدقة في القياس.

3. اختيار العينة

وتعتبر هذه العملية على مستوى بالغ من الأهمية، إذ لا بد أن يلجأ الباحث لاختيار عينة تكون ممثلة للمجتمع من أجل الصدق في تعميم النتائج في نهاية المسح. وتكون عملية اختيار العينة في المجتمعات المتجانسة أسهل منها في المجتمعات غير المتجانسة؛ حيث يضطر الباحث للاستعانة بالعينة غير العشوائية أو المقصودة.

¹⁷⁸ المرجع السابق، ص 153-156.

المحور الثالث: القياس

وبعد تحديد نوع العينة يقوم الباحث بتحديد حجمها أو نسبتها إلى المجتمع الكلي، وتكون النسبة ممثلة للمجتمع كلما كانت نسبة أكبر، إلا أن القاعدة المنهجية تؤكد على أنه كلما كبر حجم المجتمع، قلت النسبة المأخوذة منه، وكلما كان المجتمع صغيراً زادت النسبة إلى أن تبلغ 100% في المجتمعات التي يمكن إجراء مسح شامل لها، ويعتمد ذلك على ما يتوفر لدى الباحث من إمكانيات تتعلق بالجهد والمال والوقت.

4. إجراء الاختبار الأولي: وهو عبارة عن القياس المبدئي الذي يعتمد عليه الباحث من أجل

معرفة دقة واتساق المقياس ومدى ملاءمته للدراسة، ومدى ملاءمة العينة المختارة للموضوع المراد قياس الرأي تجاهه، ومدى استجابة المبحوثين مع الموضوع. وعلى كل حال فإن هذا الاختبار هو مرحلة تصحيحية، تمكن الباحث من تدارك النقاط التي أغفلها في المراحل السابقة، فإذا وجد أي خطأ أو تناقض عاد للمرحلة الثانية وهي إعداد خطة المسح المقترحة من أجل تدارك الخطأ، إلا فيمكنه المرور إلى المرحلة الموالية.

5. تصميم قواعد البيانات الخاصة بالمسح: لقد صارت هذه القاعدة تصمم بطريقة

إلكترونية عن طريق برنامج متخصص، يمكن من معالجة البيانات بعد إدخالها وهو برنامج SPSS.

6. العمل الميداني: بعد أن استكمل الباحث عمليات المسح من الناحية النظرية، فيمكنه

النزول إلى الميدان لجمع البيانات، وذلك بتطبيق المقياس على العينة التي تم اختيارها، وبالطريقة التي تم تحديدها في الخطة المقترحة. بعد جمع البيانات يمكن للباحث إدخالها لبرنامج SPSS لمعالجتها، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وربطها بأهداف المسح، والوصول إلى النتائج النهائية، "إذ يعد تحليل البيانات وتقديمها في شكل إحصاءات مرحلة حاسمة في دراسة الرأي العام، إذ تمكن هذه الإحصاءات من تبيان أوجه التقارب والتباعد في اتجاهات الرأي العام، مما يسمح بالتحقق من الفرضيات".

المحور الثالث: القياس

7. وتعد آخر مرحلة في المسح هي إعداد التقرير النهائي: الذي يشمل إشكالية المسح وفرضياته، المنهج المستخدم والعينة المختارة، وطرق التحليل والنتائج المتوصل لها.

ثالثاً: مشكلات بحوث الرأي العام

تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية عدد من المشكلات منها:¹⁷⁹

1. نقص المعلومات المتاحة للأفراد في الدول النامية كماً وكيفاً على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي، فمن لا معلومات عنده لا رأي سديد له، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات و(الانفجار المعلوماتي).
2. النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية.
3. تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام.
4. النقص الواضح في الموارد المالية للدول النامية يحول دون إجراء قياس علمي دوري دقيق، لما يتطلبه ذلك من تكاليف باهظة وأجهزة تكنولوجية متقدمة.
5. كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها: التشكيك في أهمية قياس الرأي العام، وانخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، وقلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، وكثرة ظهور فئة (الارأي)، وصعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محاكاة خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين.

تمارين الأعمال الموجهة: من خلال دراستك للمحاضرة التاسعة، واطلاّعك على مراجع خارجية

عليك القيام بما يلي:

1. لماذا تعتبر مرحلة تحديد الهدف مرحلة هامة وحاسمة في جميع البحوث؟
2. قم بتصميم خطة قياس بحث حول موضوع من موضوعات الرأي العام في المجتمع الجزائري متبعاً وموضحاً الخطوات المتبعة لعملية القياس.
3. حدد المشكلات التي تواجهك في قياس الرأي العام في المجتمع الجزائري.

¹⁷⁹ سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 1997، 353.

المحاضرة العاشرة: منهجية قياس الرأي العام - العينات

يتركب المجتمع من وحدات (أفراد مثلاً أو أسر أو جماعات عمل) ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات المجتمع الذي حدده أم من عينة، وهنا يجد الباحث نفسه أمام نوعين من البحوث فيما يتعلق بنطاق الدراسة هي: البحوث الشاملة، وبعوث العينات.

أولاً: المقارنة بين البحوث الشاملة وبعوث العينات

البحوث الشاملة أو بعوث الحصر الشامل

هي البحوث التي تجرى على كل وحدات المجتمع، كما يحدث في التعدادات العامة، إلا أن هذه الطريقة كثيرة التكاليف وتحتاج إلى وقت طويل وإمكانات طائلة لا تتوافر كلها أو بعضها للباحثين، **ويكفي الإشارة هنا إلى مقدار الجهد والوقت الذي يبذل عندما تقوم الحكومات بإحصاء قومي كل عشر سنوات، مع أن الإحصاء لا يشتمل إلا على عملية بسيطة، بينما تتطلب بعض البحوث التعمق في دراسة الحالات، بالإضافة إلى أن جمع البيانات من جميع أفراد المجتمع يؤدي إلى أخطاء كثيرة نتيجة لكثرة عدد الأفراد وضخامة المجهود اللازم لجمع البيانات منهم جميعاً، فضلاً عن أن إجراء بحث على جميع أفراد المجتمع يؤدي إلى ملل البعض من كثرة الأبحاث التي تجرى عليهم تبعاً مما يدفعهم إلى عدم التعاون مع الباحثين، كما تعتبر دراسة المجتمع كله في حالة تجانسه بمثابة ضياع للوقت والجهد بلا مبرر.**¹⁸⁰

الخلاصة أنه إن بحثنا في كتب مناهج البحث أو إذا شئنا الدقة في معظمها عن مزايا أسلوب الحصر الشامل لن نجد سوى ميزة واحدة وهي تجنب أخطاء التعميم التي تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين من المجتمع (عينة) في الحكم على المجتمع ككل.

¹⁸⁰ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص131.

المحور الثالث: القياس

ولا يعني ما سبق أنه لا ضرورة لاستخدام الحصر الشامل، بل هناك ضرورة تستلزم استخدام الحصر الشامل وخاصة إذا ما كان المجتمع المبحوث محدوداً أو قليل العدد، كطلاب بعض الكليات أو عمال مصنع يختلف باقي المصانع أو مجتمع من القائمين بالاتصال في إحدى وسائل الإعلام.. إلخ.

بحوث العينات

هي البحوث التي تتناول بالدراسة بعضاً يمثل الكل ويختار بطريقة علمية، وفكرة العينات ليست جديدة، بل معروفة منذ زمن طويل ويستخدمها الرجل العادي في حياته اليومية عدة مرات في مختلف شؤونه دون أن ينتبه إلى أنها طريقة علمية تؤدي إلى استنتاجات سليمة إذا بنيت على أساس علمي، فعندما يريد شخص ما شراء غلال فهو يأخذ "كمية قليلة" لاختبارها، وعندما يريد أحد الموجهين معرفة مستوى فصل دراسي معين فإنه يقوم باختيار طالب أو مجموعة من الطلبة من هذا الفصل.

وقد دلت الكثير من البحوث على أن العينة إذا اختيرت ممثلة للمجتمع الذي تؤخذ منه تؤدي إلى توفير الكثير من الجهد سواء بالنسبة للباحث أو بالنسبة للمبحوثين، وفي نفس الوقت تكون النتائج قريبة من النتائج التي نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع مفردات المجتمع.¹⁸¹

تتمثل مميزات العينة مقارنة بالحصر الشامل في: اختصار الوقت والجهد اللازمين لإتمام البحث، وبالتالي الاقتصاد في التكاليف لأن البحث الشامل يحتاج إلى ميد من الوقت والجهد والمال مقارنة بما يحتاجه البحث بطريقة العينة. ويمكن الحصول بسهولة على الإجابات الدقيقة إذا ما استخدمنا جزءاً من المجتمع الكلي، ويسهل تتبع غير المستجيبين في حالة البحث بالعينة، بينما يكون ذلك صعباً في حالة الحصر الشامل. كما يمكن الاطلاع على إجابات العينة بمجرد ورودها فإذا ما وجدنا أن بعض البيانات ناقصة اتخذنا اجراءات لاستكمالها أو لاختبارها إذا ما دخلنا الشك في بعض الردود.

يساعد استخدام جزء من المجتمع على إنجاز مهمة جمع البيانات وتلخيصها وتحليلها في أقل وقت. كما أن طبيعة المجتمع محل الدراسة قد تفرض على القائمين بالبحث استخدام أسلوب العينات فقط كتحليل دم المريض، أو إجراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما.. إلخ.

¹⁸¹ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 132-133.

المحور الثالث: القياس

والخلاصة: إن مميزات العينة مقارنة بالحصص الشامل تتمثل في أنها أكثر اقتصاداً في النفقات والجهد سواء في جمع البيانات أو تفريغها أو جدولتها، كما توفر درجة أكبر من الدقة سواء في العمل الميداني أو عمليات المراجعة الميدانية والمكتبية، كما تمكن قلة الحالات من توجيه مزيد من الأسئلة التي تقتضيها دراسة كل جوانب البحث.

ثانياً: أنواع العينات في بحوث الرأي العام

تنقسم العينات التي تُستخدم في استطلاعات وبحوث الرأي العام إلى نوعين: وهما العينات الغير الاحتمالية، والعينات الاحتمالية، نوجزها على النحو التالي:

النوع الأول: العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية)¹⁸²

هي العينات التي تؤخذ بغير الأسس السليمة، وتتخلص عيوبها في أنها لا تمثل المجتمع المأخوذة منه تمثيلاً صحيحاً أو عليمًا، ولذلك فإن نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع كله بالثقة المناسبة، ومن أمثلتها ما يلي:

1. العينة العرضية (الصدفية): يتجه الباحث في هذا النوع من العينات إلى اختيار

الحالات التي تصادفه، وأمثلة 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، وفي الاستطلاعات الفورية للرأي العام يتم اختيار المفردات من المراكز التجارية والشوارع...، دون التقيد بمحددات علمية لتوصيف العينة.

¹⁸² أنظر: عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 134-138.

المحور الثالث: القياس

2. **العينة العمدية:** يختار الباحث في هذا النوع من العينات في حالات يعتقد أنها تمثل

المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث، فقد يختار الباحث منطقة يجري فيها بحثه

معتقداً أن سكانها يمثلون الذين يستمعون إلى الراديو أو الذين يشاهدون التلفزيون أو

السينما أو المسرح...

3. **العينة الحصصية:** يكثر استخدام العينة بطريقة الحصص في البحوث بصفة عامة وفي

استطلاعات الرأي العام بصفة خاصة، لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث

المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ويعمل على تمثيل كل فئة من

فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع.

ويترك للباحث الميداني حرية اختيار مفردات الحصة بشرط أن يلتزم الباحث بالحدود العددية

والنوعية للعينة، مما يخشى معه عدم تمثيل العينة للمجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، إذ أن عدم تقيد

الباحث بنسب عددية للضوابط التي اختيرت على أساسها العينة مجتمعة قد يترتب عليه اختيار عينة

الإناث من بين الشباب فقط أو من بين المسنات فحسب أو من طبقة اجتماعية معينة دون أن يكون ذلك

متماشياً مع النسب الحقيقية في المجتمع الأصلي.

ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام أن هذا النوع من العينات مهم جداً في استطلاعات

الرأي العام نظراً للسرعة التي تتم بها، وقلة تكاليفها مقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى.

النوع الثاني: العينات الاحتمالية (العشوائية)

هي العينات التي يتم اختيار جميع مفرداتها من بين وحدات المعاينة التي يتكون منها المجتمع

بأسلوب احتمالي، يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقي الوحدات، ولذلك نستطيع

تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهي ضرورة عندما يكون الغرض من

البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة، ويتسنى

قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم في هذه الأخطاء بأساليب يوضحها علم الإحصاء.¹⁸³

¹⁸³ عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق، ص 139-147.

المحور الثالث: القياس

وحيثما يتحدث الإحصائيون عن العينات فإنهم يعنون دائماً العينات الاحتمالية، حيث تمكنهم نظريات الإحصاء الرياضي من تقدير خطأ المعاينة وتحديد حجمها، وكذلك الاستنتاج الإحصائي وتعميم نتائجها على المجتمع ككل.

مما سبق فإن العينات العشوائية هي العينات التي تختار وحداتها بإحدى وسائل الاختيار العشوائي، وأهم أنواع العينات العشوائية ما يلي:

1. **العينة العشوائية البسيطة:** وهي العينة التي تُختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار أو الظهور، وهذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة، بل يتيح أيضاً لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة.

وتتميز **العينة العشوائية البسيطة** بسهولة الاختيار، وهناك عدة طرق لاختيار العينة العشوائية البسيطة منها: الاقتراع المباشر، الجداول العشوائية، الحاسب الآلي.

2. **العينة العشوائية المنتظمة:** يرى علماء الإحصاء وهم أصحاب الفضل الأول في تطوير نظريات العينات أن العينة العشوائية المنتظمة تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها وقلة تكاليفها، خصوصاً في المجتمعات الكبيرة، حيث يتم تقسيم المجتمع الأصلي إلى مجموعات متساوية في العدد أو الفئات مع مراعاة أن اختيار وحدات العينة يتم عشوائياً من بين وحدات المجموعة الأولى ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم.

وتتميز **العينة العشوائية المنتظمة** بأنها أسهل في اختيار مفرداتها مقارنة بطريقة العينة العشوائية البسيطة إذ تتحدد جميع مفردات العينة بمجرد تحديد الهدف (طول الفئة) واختيار المفردة الأولى من بين مفردات المجموعة الأولى عشوائياً.

3. **العينة الطبقيّة العشوائية:** وتمتاز بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي بحيث يضمن الباحث ظهور وحدات من أي جزء من المجتمع تهمة الدراسة.

يمكن الحصول على درجة عالية من الدقة في النتائج باختيار عينة طبقية أصغر حجماً من العينة العشوائية البسيطة، مما يعني وفراً في الوقت والتكاليف مع الأخذ في الاعتبار أن دقة البيانات التي

المحور الثالث: القياس

نحصل عليها من أي عينة تتوقف على حجمها وتجانس المجتمع. وتوجد ثلاث مستويات لاختيار العينات الطبقية وهي: التوزيع المتساوي، والتوزيع المتناسب، والتوزيع الأمثل.

4. **العينة الثابتة أو الدائمة:** تبدأ العينة الثابتة بالاختيار العشوائي من المجتمع، ثم تجمع بيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة. وبصفة عامة تفيد هذه العينة في دراسة التباين والتغير في الاتجاهات والسلوك، وفي دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة، وفي تطبيق ذلك قد نختار عينة ونسألها دورياً عن رأيها في بعض البرامج أو الحملات الإعلامية أو المسرحيات أو الأفلام أو القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ومن أشهر تطبيقات هذا الأسلوب من المعاينة ما تتبعه هيئة الإذاعة البريطانية في الحصول على آراء عينات من مستمعيها ومشاهديها، ولديها عينتان للجوع إليهما: الأولى قوامها 2000 عضو يمثلون مجتمع المشاهدين، والثانية قوامها 4000 حالة يمثلون مجتمع المستمعين.

تمارين الأعمال الموجهة

من خلال دراستك للمحاضرة العاشرة، وإطلاعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. ما لفرق بين بحوث الحصر الشامل وبحوث العينة؟
2. لماذا نلجأ إلى العينة أو المعاينة؟
3. العينة غير الاحتمالية لا تصلح نتائجها للتعميم على المجتمع. لماذا؟
4. ما هي شروط حرية الباحث الميداني في اختيار مفردات الحصة في العينة الحصصية؟
5. قم بتمارين عملية للاختيار عينة بحث من تصميمك.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

المحاضرة الحادية عشر: الاستقصاء وعوامل نجاحه في بحوث الرأي العام

إن ما يحدد أدوات القياس في استطلاعات وبحوث الرأي العام هو هدف البحث وحجم البيانات المراد الوصول إليها، وأياً كان نوع البحث (شاملاً، أو بالعينة) فالقائم بقياس الرأي العام يمكنه إجراء هذا المسح بالاستعانة بإحدى أدوات جمع البيانات: الاستقصاء، الملاحظة، تحليل المحتوى (المضمون).

وجب تنويه الطلبة والباحثين أن عليهم الحصول على الموافقات والترخيص اللازمة لأجل إجراء قياسات الرأي العام وفق القوانين والأنظمة للدولة التي ينتمي إليها الباحث.

وتعتبر الدراسة الميدانية (الاستقصائية أو الاستطلاعية) من أهم الدراسات التي يتم تنفيذها في قياس الرأي العام، ويمكن إجراء الدراسة الميدانية بعدة أساليب منها: استخدام صحيفة استقصاء بالمقابلة أو استخدام صحيفة استقصاء تسلم باليد للمبحوث أو ترسل إليه بالبريد، وفي دراسات الإعلام الرقمي الجديد يمكن إجراءها من خلال مواقع عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية والبريد الإلكتروني.

ويشترط توافر أربعة عوامل أساسية لنجاح الدراسة الميدانية بصفة عامة - أياً كان نوعها في مجال بحوث الرأي العام وهي:

أولاً: الدقة في تصميم صحيفة الدراسة الميدانية

تتحقق الدقة في تصميم صحيفة الدراسة الميدانية بمراعاة كل من القواعد المنهجية في مراحل إعداد الصحيفة، وبعض الاعتبارات المهمة في صياغة أسئلة الصحيفة على النحو التالي:¹⁸⁴

¹⁸⁴ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص 99-103.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء

يمر تصميم صحيفة الاستقصاء لقياس الرأي العام بالعديد من المراحل أهمها:¹⁸⁵

1. تحديد أهداف الدراسة الميدانية بوضوح ودقة

لأنه إذا كان الغرض غامضاً جاءت الصحيفة أيضاً غامضة، وتقول القاعدة: لا تحاول أن تُعد صحيفة قبل أن تلخص غرض الاستطلاع وتختار العينة المناسبة لتحقيقه.

2. تحديد البيانات المطلوب جمعها

وهو الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة، ومن أهم الأساليب المفيدة في هذه المرحلة إعداد الجداول الخيالية، وإدخال أرقام صورية فيها، وتفيد هذه الجداول في:

- تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديداً دقيقاً.
- تحديد طرق معالجة هذه البيانات.
- تحديد مدى فائدة البيانات في تحقيق أهداف الدراسة وحذف الأسئلة التي لا تفيد في تحقيقها.

وهناك قاعدة ينبغي الانتباه إلى أهميتها وهي: ألا تتضمن صحيفة الاستقصاء بنداً لا يكون لدى الباحث فكرة واضحة عن إسهامه في تحقيق أهداف الاستطلاع حيث يساعد تحديد الأهداف بوضوح ودقة في تحديد البيانات المطلوب جمعها. ومن المهم على الباحث الرجوع إلى التراث العلمي والصحائف التي سبق إعدادها في بحوث مماثلة لمراجعة وتحسين أو إعادة صياغته ليقدم أغراض البحث؛ والرجوع إلى الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة.¹⁸⁶

¹⁸⁵ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص99-104.

¹⁸⁶ المرجع السابق، ص100.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

3. تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية

هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية في مجال قياس الرأي العام هما:¹⁸⁷

النوع الأول صحيفة الاستقصاء التي ترسل بالبريد أو تسلم باليد للمبحوث الذي يقوم بالرد على الأسئلة كتابة بنفسه، تتميز بأنها أقل تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال، وتمكن من الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى حينما تحتم طبيعة الاستطلاع توجيه أسئلة قد يتردد الفرد في الإجابة عليها بصراحة، كما توفر وقتاً للمبحوث للإجابة على الأسئلة أكثر مما لو سئل وطلب الإجابة مباشرة عقب توجيه السؤال.

وتتمثل أهم عيوب هذا النوع في عدم إمكانية استخدامها مع الذين لا يعرفون القراءة والكتابة مما قد يؤثر على طبيعة العينة وتركيبها، كما يفقد الباحث اتصاله الشخصي بعينة الدراسة أو الاستطلاع مما يحرمه من معرفة ردود الفعل واستجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة أو الاستطلاع.

والنوع الثاني هي صحائف المقابلة التي يقوم فيها الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل، وتتميز بجمع البيانات من المبحوث وجهاً لوجه مما يمكن الباحث من معرفة صورة النفس البشرية، كما تعتبر المقابلة إحدى الوسائل المهمة لتحليل ما بداخل الإنسان ومعرفة ما يبطن من أمور، وتشرح ما يكون غامضاً من الأسئلة وتكشف التناقض في الإجابات مما يمكن من الحكم على مدى صدق الإجابات أكثر مما يحدث في الاستقصاء بالبريد أو الهاتف أو عبر الإنترنت.

وتتمثل أهم عيوب هذا النوع من صحائف الدراسة أو الاستطلاع في احتياجها إلى وقت أطول، وجهد أكبر، وباحثين مدربين أكثر.

¹⁸⁷ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع

سابق، ص100.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

4. إعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية

وتمر هذه العملية بعدة خطوات من أهمها:

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

ب- كتابة الأسئلة التي تدرج تحت كل موضوع من موضوعات الصحيفة ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغية في لغة الأسئلة وأنواعها من حيث الشكل والمضمون التي ينبغي مراعاتها في صياغتها.

5. مراجعة الصحفية منهجياً وعلمياً

حيث يجب عرض صحيفة الاستقصاء في مجال قياس الرأي العام على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين والممارسين، وهو ما يفيد في دراسة الشكل العام لتكوين الصحيفة، ومراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاية الأسئلة في تحقيق أهداف الدراسة أو الاستطلاع، ومراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقي، والتأكد من صياغة الأسئلة ووضوحها، ومراجعة الإجابات المحددة كبداية لاختيار أنسبها واستكمال الناقص منها.¹⁸⁸

6. الاختبار القبلي Pre-Test

يجرى الاختبار القبلي لصحيفة الاستقصاء على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثي، ويفيد الاختبار القبلي في تحقيق:

- التعرف على مدى وضوح الأسئلة
- التعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه.

¹⁸⁸ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع

سابق، ص 101-102.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

- التعرف على الأسئلة التي قد تسبب حرجاً للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة عليها، وذلك لإعادة النظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها.
- التعرف على مشكلات العمل الميداني، ومعدل الاستجابة والزمن الذي يستغرقه ملئ الصحيفة الواحدة.

والجدير بالذكر أنه إذا اقتضت نتائج الاختبار القبلي تغيرات جوهرية في الصحيفة وجب إجراء اختبار ثان، وثالث إلى حين استقرار صحيفة الاستقصاء على الوضع النهائي الأنسب.

7. إعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية

بعد الانتهاء من الخطوات السابقة تتم مراجعة صحيفة الاستقصاء مراجعة نهائية من حيث الشكل العام وترميزها والحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعطاء هذه الموافقات.

وينبغي إعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة بتحديد رقم العمود أو أرقام الأعمدة التي ستخصص لكل سؤال في كشوف التفرغ، والقاعدة أن السؤال الذي لا يحتمل إلا إجابة واحدة يخصص له عمود واحد أما السؤال الذي يحتمل أكثر من إجابة فيخصص لكل إجابة محتملة عمود قائم بذاته.¹⁸⁹

اعتبارات مهمة في صياغة أسئلة صحائف الاستقصاء في بحوث الرأي العام

أنواع الأسئلة

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

أ- الأسئلة من حيث الشكل

وتنقسم إلى ثلاثة أنواع وهي: الأسئلة المغلقة، والأسئلة المفتوحة، والأسئلة نصف مغلقة على النحو

التالي:¹⁹⁰

¹⁸⁹ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع

سابق، ص 103-104.

¹⁹⁰ المرجع السابق، ص 104-107.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

1. **الأسئلة المغلقة:** وهي التي تدرج معه إجابات محددة كبدايل لاختيار واحد منها أو أكثر؛

وتتعدد البدائل التي قد تكون: نعم أو لا، وقد تكون في صورة درجات للموافقة أو الاعتراض مثل: أوافق - أوافق إلى حد ما - لا أوافق - لا رأي لي.

وتتميز الأسئلة المغلقة بعدة مميزات من أهمها: امكانية تفرغها بأقل جهد وتكلفة، وتمكن الباحث من أن الإجابات لن تخرج عن الإطار المرجعي المحدد لاحتمالات الإجابة.

أما عيوب الأسئلة المغلقة فتتمثل في: أنها تفرض توجيهاً معيناً على إجابات المبحوثين من ناحية، وقد لا يجد المبحوث إجابته بين الاحتمالات المطروحة من ناحية أخرى.

2. **الأسئلة نصف المغلقة:** والتي يضاف إليها إجابة أخرى تذكر، حيث قد تكون البدائل في صورة مجموعة من الإجابات يختار المبحوث واحدة أو أكثر، ويضاف لها خيار التذكر للمبحوث.

3. **الأسئلة المفتوحة:** وهي الأسئلة التي تسمح بإجابة حرة من المبحوث كما يتراءى له، وهنا يجب على الباحث تسجيل الإجابة كما يذكرها المبحوث حرفياً.

وتتميز الأسئلة المفتوحة بإتاحة الفرصة أمام المبحوث للتعبير عن آرائه دون إرغامه على الاختيار من بين البدائل؛ وتتناسب هذه النوعية من أسئلة استطلاعات الرأي العام التي تجرى لأول مرة حيث لا توجد معرفة بالإجابات المحتملة، وكذلك حينما تكون مجالات الاستطلاع وأبعاده غير محددة.

وتتمثل أهم عيوب الأسئلة المفتوحة في صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال.

ب-أنواع الأسئلة من حيث المضمون

يمكن تقسيم الأسئلة من حيث المضمون إلى أربعة أنواع على النحو التالي:¹⁹¹

¹⁹¹ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص 108-112.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

1. أسئلة الحقائق:

والمقصود بها نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها، فالسؤال قد يكون من أسئلة الحقائق وتكون إجابته غير حقيقية. ويهدف هذا النوع من الأسئلة إلى التأكد من حقائق معينة عن الفرد مثل: السن، الجنس، منطقة الإقامة، الحالة الاجتماعية ومدى امتلاك بعض الأجهزة وأنواعها.. إلخ.

2. أسئلة الرأي:

وتعتبر هذه الأسئلة ركيزة قياسات الرأي العام، ومن أمثلتها:

س: هل توافق على منع تطبيق التيك توك في الجزائر؟

- يوافق
- يوافق بشروط تذكر:.....
- لا يوافق.

ومن أهم سمات هذه النوعية من الأسئلة أن الإجابة عليها تحتاج إلى تفكير، ولا توجد إجابة صحيحة واحدة على هذا السؤال كما في أسئلة الحقائق. كما لا يمكن التأكد من صحتها بمحاكات خارجية كأسئلة الحقائق أيضاً، كما أن إجابات أسئلة الرأي أكثر حساسية لأسلوب الصياغة والتركيز والتتابع فالسؤال الواحد يوجه بأكثر من صياغة لا يأتي بنفس الرأي.

3. أسئلة الدوافع:

تستهدف هذه النوعية من الأسئلة التعرف على الأسباب والتوصل إلى ما هو أعمق من مجرد الوصف الظاهري للسلوك للتعرف على دوافعه.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

وعادة تبدأ هذه الأسئلة بـ: لماذا؟، وتكون الدوافع غير واضحة في كثير من الحالات أو لا يرغب المبحوث في الإفصاح عنها مما يدفع إلى استخدام الأسئلة غير المباشرة¹⁹²، ومن أمثلة أسئلة الدوافع:

س: لماذا توافق على منع تطبيق التيك توك في الجزائر؟

- للحفاظ على القيم والأخلاق العامة للمجتمع.
- لخطورته على المجتمع.
- أخرى تذكر.....

س: لماذا لا توافق على منع تطبيق التيك توك في الجزائر؟

- لضمان الحفاظ على حرية التعبير.
- لأن لها إيجابيات وسلبيات
- لأنني أستخدمه
- أسباب أخرى تذكر.....

4. الأسئلة المعرفية

توجد مقولة من مقولات الرأي العام تقول: أن من لا معلومات عنده، لا رأي سديد له، وتستهدف هذه النوعية من الأسئلة قياس معلومات المبحوثين عن موضوعات معينة وتأخذ الأسئلة المعرفية عدة صور منها:

- أسئلة المعلومات المباشرة: التي تتعلق بالأحداث والشخصيات والتواريخ والدول وغيرها.
- أسئلة المعلومات غير المباشرة: بعرض صور على المبحوثين للتعرف عليها، وتوصيفها.

ثانياً: حسن اختيار العينة

إن العامل الثاني من عوامل نجاح أي دراسة ميدانية في مجال استطلاعات وبحوث الرأي العام هو: حسن اختيار العينة. وقد تم مناقشة العينة في المحاضرة السابقة.

¹⁹² نفس المرجع.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

ثالثاً: الدقة في العمل الميداني لبحوث الرأي العام

توجد مجموعة من العوامل التي تساعد على تحقيق الدقة في العمل الميداني من أهمها:¹⁹³

1. حسن اختيار الباحثين الميدانيين وتدريبهم.
2. الاتصال بالميدان وتهيئة الرأي العام.
3. المراجعة الميدانية: للتأكد من وجود إجابات على كل الأسئلة، ووضوحها.
4. المراجعة المكتبية فور العودة من الميدان.
5. اجراء اختباري الصدق والثبات

رابعاً: الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها

ينبغي مراعاة الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها، ووضع خطة التحليل الاحصائي المناسبة، ومقارنتها بنتائج الاستطلاعات والبحوث السابقة. وأن يتضمن التقرير النهائي تحليلاً للمشكلة التي يتعرض لها بالدراسة موضعاً: أهميتها وعرض الدراسات السابقة، وتحديد التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الاجابة عليها والمناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات وأسلوبها والخطوات المنهجية التي اتبعها الباحث، ومجالات الدراسة الجغرافية والبشرية والزمنية وحدود الدراسة وما تثيره من بحوث مستقبلية.¹⁹⁴

كما يجب أن يتضمن التقرير النهائي الجداول العامة والتفصيلية وصحائف الدراسات والموافقات الرسمية التي تم الحصول عليها، وغيرها من المعلومات. وأن يظهر الباحث كل ما توصل إليه من نتائج تتصل بموضوع الدراسة سواء كانت تتفق مع وجهة نظره أو لا تتفق وخاصة في استطلاع الرأي العام، لأنه لا يكون حراً في اختيار ما يتضمنه تقريره وما يتركه فهناك التزام بإظهار كل ما اسفر عنه الاستطلاع.

¹⁹³ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص114-115.

¹⁹⁴ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص118-119.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

تمارين الأعمال الموجهة

من خلال دراستك للمحاضرة الحادية عشر، واطلاّعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

من خلال دراستك للمحاضرة الحادية عشر، والعودة إلى كتاب: عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ

استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة،

2003. متاح عبر الرابط التالي:

https://archive.org/details/20210322_20210322_2354

قم باختيار موضوع للرأي العام، وقم بعملية إعداد صحيفة استقصاء مع مراعاة شروطها ونوع

الأسئلة وضوابطها.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

المحاضرة الثانية عشر: الملاحظة كأداة قياس الرأي العام

أولاً: مفهوم الملاحظة العلمية وخصائصها ومجالاتها

مفهوم الملاحظة

تُعد الملاحظة عملية إدراكية يعيشها الإنسان بصفة عامة بكل حواسه¹⁹⁵، وهي من الوسائل التي عرفها الإنسان واستخدمها في جمع بياناته عن مجتمع منذ أقدم العصور، وما زال يستخدمها في جمع البيانات والحقائق التي تمكنه من تحديد مشكلة بحثه ومعرفة عناصرها وتكوين فروضه والتأكد من صحتها، فالملاحظة وسيلة صالحة لإدراك وفهم الظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية.¹⁹⁶

والملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام إذا توافرت لها عدة شروط منها: أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس لمجرد فضول أو استطلاع غير هادف، وأن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلاً دقيقاً، وتخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها.¹⁹⁷

ويقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي **المشاهدة الدقيقة** لظاهرة من الظواهر، أو لمجموعة منها، بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر، وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها.¹⁹⁸

¹⁹⁵ يوسف تمار، **مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الاتصالية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، 103.

¹⁹⁶ عاطف عدلي العبد، **تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص239.

¹⁹⁷ المرجع السابق.

¹⁹⁸ سمير محمد حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثالثة**، 1999، ص182.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

خصائص أو عناصر الملاحظة

فالملاحظة هي ذلك الانتباه المقصود نحو سلوك فردي أو جماعي بقصد متابعته ورصد تغييراته لكي يتمكن الباحث في ما بعد وصف السلوك وتحليله.

ومن خلال تعريف الملاحظة يمكن القول بأن الملاحظة تتمثل فيها مجموعة من العناصر التالية:¹⁹⁹

1. استعانة الباحث بالأجهزة والأدوات والأساليب في التسجيل.
2. التدخل الايجابي الذي يتمثل في الجهد العقلي الذي يبذله الباحث في تنسيق المعلومات وتفسيرها والحدس بها، تلك المعلومات التي - ظاهرياً - منفصلة ومبعثرة.
3. تستهدف الملاحظة بمعناها العلمي تحقيق غرض عقلي هو الكشف عن بعض الحقائق التي يمكن استخدامها لاستنباط معرفة جديدة.

مجالات الملاحظة

من أهم المجالات والبحوث التي يمكن أن تعتمد عليها الملاحظة كأداة لجمع البيانات هي:²⁰⁰

بحوث الاتصال والرأي العام بالإضافة إلى رصد الشائعات والنكت السائدة لتعرف على البيان الحقيقي في المؤسسات الإعلامية وأنماط تأثير التداخلات المختلفة في صالة تحرير الأخبار وهي دراسات تتصل بحراس البوابة في المؤسسات الإعلامية وعمليات اختيار الاخبار وتحريرها، وبحوث استطلاعات الرأي العام التي تستهدف قياس التعرض لبرامج التلفزيونية عن طريق تركيب أجهزة القياس الإلكترونية بأجهزة الاستقبال التلفزيونية للتعرف على فترات التعرض والقنوات المفضلة وقياس مدى التعرض للإعلانات والمواد والعناوين المنشورة في الصحف. وتعد الملاحظة حسب العبد هي الأداة الأنسب لاستطلاع الرأي العام في البلاد التي ترتفع فيها نسبة الأمية ويسود بين الجماهير أو بعض فئاتها الشك في كل ماله طابع رسمي.

¹⁹⁹ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 182-183.

²⁰⁰ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام، مرجع سابق، ص 245-246.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

ثانياً: طرق الملاحظة العلمية

يمكن استخدام طريقتين في الملاحظة هما:²⁰¹

الطريقة الأولى: وهي الطريقة الشخصية أي التي يقوم بها الباحثون أنفسهم بالاعتماد على نماذج نمطية موحدة تجمع فيها البيانات المطلوبة بواسطة الباحثين الذين يتم تدريبهم على كيفية ملاحظة الظواهر وتسجيلها.

الطريقة الثانية: وهي الطريقة الآلية أي لا يستخدم فيها العنصر البشري وإنما تعتمد على استخدام بعض آلات التصوير أو العد، ومن أبرز هذه الأمثلة استخدام آلات التصوير المثبتة في أماكن التجمعات أو المحلات التجارية لتصوير حركة المستهلكين ونوعياتهم وسلوكهم وكيفية انتقائهم للسلع المختلفة، وطريقة قراءتهم للصحف، وقد أفادت هذه الطريقة في جمع وتحليل واستخلاص نتائج أفادت بحوث الإعلام والإعلان والتسويق، كما استحدثت بعض المؤسسات الأوروبية والأمريكية المهمة بالبحوث الإعلامية وبحوث المستمعين والمشاهدين وقياس الرأي العام بعض الأجهزة الإلكترونية التي تقيس مدى اقبال مشاهدي التلفزيون ومستمعي الراديو على برامج معينة.

ثالثاً: أنواع الملاحظة

تنقسم أنواع الملاحظات إلى عدة تصنيفات منها ما يلي:²⁰²

- **الملاحظة البسيطة:** وهي الملاحظة غير المضبوطة وتتضمن صوراً مبسطة من المشاهدة والاستماع إلى الظواهر والأحداث، كما تظهر تلقائياً ظروفها الطبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي.

²⁰¹ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 185-186.

²⁰² أنظر:

- عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثالثة، 1999.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

- **الملاحظة المنتظمة:** وتختلف عن البسيطة من حيث كونها تخضع لدرجة عالية من الضبط، وإتباعها مخططاً مسبقاً ويحدد فيها الظروف ويستعان بالوسائل وهدفها جمع البيانات الدقيقة عن الظاهرة.
- **الملاحظة المباشرة:** وهي الملاحظة التي يقوم بها الباحث مباشرة دون وسيط.
- **الملاحظة غير المباشرة:** وهي التي تأخذ المعلومات من ملاحظة شخص وسيط.
- **الملاحظة بالمشاركة:** وتندرج ضمن الاندماج في حياة الأشخاص محل الدراسة مع مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع ويعتبر الأنثروبولوجيون هم أول من مارس الملاحظة بالمشاركة، وتقابلها الملاحظة غير المشاركة والتي يلعب فيها الباحث دور المتفرج والرصد دون المشاركة الفعلية.

رابعاً: مزايا وعيوب الملاحظة

يمكننا تقديم مزايا وعيوب استخدام الملاحظة في بحوث الرأي العام من خلال الشكل التالي:

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس



شكل (2) مزايا وعيوب الملاحظة كأداة في بحوث قياس الرأي العام

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الثانية عشر، والعودة إلى كتاب: عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003. (الفصل الرابع: النماذج التطبيقية للملاحظة واستخداماتها)

متاح عبر الرابط التالي: https://archive.org/details/20210322_20210322_2354

قم باختيار موضوع للرأي العام، أو شائعة في المجتمع الجزائري وقم بعملية تطبيق أداة الملاحظة عليها.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

المحاضرة الثالثة عشر: تحليل المحتوى (المضمون) كأداة لقياس الرأي العام

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

وتزايدت البحوث التي تستخدم تحليل المحتوى سواء في الدراسات الإعلامية الاجتماعية أو دراسات الرأي العام المتعلقة بتحليل الشائعات والنكت والكتابات الصحفية وبريد القراء وغيرها.

أولاً: تعريف تحليل المحتوى

توجد عشرات التعريفات لتحليل المحتوى من أهمها وأشملها التعريف الذي قدمه بيرلسون بأنه: "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الاتصالية أو الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً".²⁰³ ويوضح جانيس (Janis) تحليل المحتوى بشكل مفصل بأنه: هو الأسلوب الذي يُستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، أو الرسالة الاتصالية، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث - أو مجموعة البحث - ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة، وتحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق.²⁰⁴

كما تعرف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المحتوى بأنه: أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أسس خطة منهجية منظمة. وذلك وفقاً للنموذج المعروف لتحليل المحتوى المتكون من الأسئلة التالية: من؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟.²⁰⁵

²⁰³ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، مرجع

سابق، ص46.

²⁰⁴ نفس المرجع، 46-47.

²⁰⁵ نفس المرجع، ص47.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس

ثانياً: وحدات تحليل المحتوى

وحدة التحليل هي الشيء الذي نقوم حقيقة باحتسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون، وأكثرها أهمية. وقد عدد بيرلسون خمس وحدات أساسية في التحليل وهي:²⁰⁶

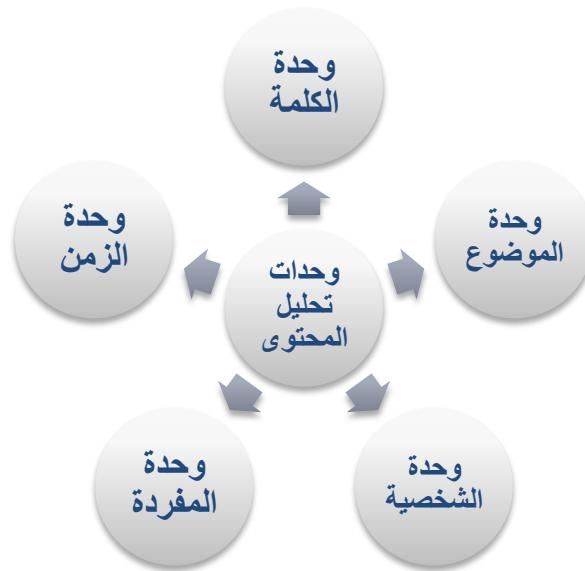
(الكلمة، الموضوع، الشخصية، المفردة، الوحدة القياسية أو الزمنية)

- **وحدة الكلمة:** كأن يقوم الباحث بحصر كمي للفظ معين له دلالاته الفكرية أو السياسية أو التربوية.
- **وحدة الموضوع:** وهو إما جملة أو أكثر تؤكد مفهوماً معيناً سياسياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً .
- **وحدة الشخصية:** يقصد بها الحصر الكمي لخصائص وسمات محددة ترسم شخصية معينة سواء أكانت تلك الشخصية شخصاً بعينه أو فئة من الناس أو مجتمع من المجتمعات.
- **وحدة المفردة:** وهي الوحدة التي يستخدمها المصدر في نقل المعاني والأفكار.
- **الوحدة القياسية أو الزمنية:** كأن يقوم الباحث بحصر كمي لطول المقال أو عدد صفحاته أو مقاطعه أو حصر كمي لمدة النقاش فيه عبر وسائل الإعلام.

²⁰⁶ أنظر:

- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج.كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 2007.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس



شكل (3) وحدات تحليل المحتوى (المضمون)

ثالثاً: خطوات تحليل المحتوى

1. تصنيف المحتويات المبحوثة: حيث يعد أهم خطوة في تحليل المحتوى لأنه انعكاس مباشر للمشكلة المراد دراستها.
2. تحليل وحدات التحليل: حيث عدد بيرلسون خمس وحدات أساسية في التحليل هي: (الكلمة، الموضوع، الشخصية، المفردة، الوحدة القياسية أو الزمنية).
3. تصميم استمارة التحليل: وهي الاستمارة التي يصممها الباحث ليفرغ فيها محتوى كل مصدر في حال تعدادها، بحيث تنتهي علاقته بعد ذلك بمصدر ذلك المحتوى وتحتوي استمارة التحليل على: (البيانات الأولية - فئات المحتوى - وحدات التحليل - الملاحظات).
4. تصميم جداول التفريغ: ويفرغ فيها الباحث المعلومات من استمارات التحليل تفريغاً كمياً.
5. تفريغ محتوى كل وثيقة بالاستمارة الخاصة بها.
6. تطبيق المعالجات الإحصائية اللازمة الوصفية منها والتحليلية.

المحور الرابع: طرق وأدوات القياس



شكل (4) خطوات تحليل المحتوى

تمارين الأعمال الموجهة:

من خلال دراستك للمحاضرة الثالثة عشر، وإطلاعك على مراجع خارجية عليك القيام بما يلي:

1. هل يعتبر تحليل المحتوى أداة أو منهج علمي؟ دلل إجابتك
2. قم باختيار موضوع للرأي العام، يتناسب مع أداة تحليل المحتوى، وقم بالتدريب العملي على عملية بناء استمارة تحليل المحتوى وتطبيقها.

الختامة

الخاتمة

ختامًا، فإن دراسة مقياس تقييم (قياس) الرأي العام تمثل أداة حيوية لفهم نبض المجتمع وتوجهاته حيال مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وذلك من خلال اتباع أساليب بحثية دقيقة وموضوعية، حيث يسهم قياس الرأي العام في توفير بيانات قيمة لصناع القرار والإعلاميين والمحللين، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مبنية على معرفة عميقة باحتياجات المجتمع وتطلعاته.

إننا نأمل أن تكون هذه المحاضرات قد ألفت الضوء بشكل كافٍ على الجوانب المختلفة لعملية القياس، بدءًا من المفاهيم النظرية إلى التطبيقات العملية.

وأن تشكل منطلقًا للطلبة لأجل تحفيزهم على النقاشات المستقبلية، وإنجاز بحوث ودراسات ميدانية تسهم في تحسين أساليب قياس الرأي العام بما يخدم التنمية وصنع القرار في الجزائر.

إن قياس الرأي العام لا يقتصر فقط على كونه أداة لفهم المجتمعات، بل هو ركيزة أساسية لتطوير الديمقراطية وتعزيز الحوار المجتمعي الفعال، ما يدعو إلى المزيد من الاهتمام والتطوير المستمرين في هذا المجال.

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب العربية

- ابن عوف حسن أحمد، الرأي العام مفهومه وأساليبه قياسه، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2016.
- أحمد أبوزيد، سيكولوجية الرأي العام والدعاية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، 1968.
- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ذات السلاسل، الكويت، 1998.
- أحمد شاهين، الإعلام والرأي العام، طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010.
- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2010.
- جوفان دجور جفش، الرأي العام في النظام الاشتراكي، ترجمة صادق الأسود، شركة الطبع والنشر الأهلية، بغداد، 1970.
- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، 1979.
- حامد عبد الله ربيع، مقدمة في نظرية الرأي العام، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2007.
- حامد عبد الله ربيع، نظرية الدعاية السياسية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1998.
- حسنين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، وكالة الصحافة ناشرون، الجيزة، 2020.
- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1992.
- خالد كاظم حماد، المجال العام الافتراضي وإعادة إنتاج السلفية، مجلة الديمقراطية، القاهرة، 2010، العدد 38.
- دانيال كاتز وآخرون، الإعلام والرأي العام، ترجمة محمد كامل، الجمعية المصرية لنشر المعرفة، القاهرة، 1996.
- رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، شركة المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012.

- سعيد سراج، الرأي العام مقدماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1986.
- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 1993.
- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثالثة، 1999 .
- شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.
- صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، جامعة بغداد، بغداد، 1993.
- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
- عبد الحميد حجازي، الرأي العام والإعلام والحرب النفسية، دار الرأي العام، القاهرة، 1987.
- عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، دار نوبار للطباعة، القاهرة، 2000.
- عبد الكريم الدبيسي، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، مطبعة المعارف، بغداد، 1986.
- عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، مكتبة المدينة، القاهرة، 1989.
- عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، دار اثراء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة السادسة، 2009.
- علي عواد، الإعلام والرأي العام، بيسان للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الثانية، 2010.
- غالب كاظم العظمي، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت: تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- كامل خورشيد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الثانية، 2012.
- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار الرسالة، الكويت، 1982.

- محمد سعد أبو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2010.
- محمد سعيد صبري، الرأي العام والإعلام السياسي، دار الكتب للطباعة والنشر، 2002.
- محمد شومان، اشكاليات قياس الرأي العام، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 2007.
- محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، الطبعة الثانية، الجزء الأول، 1989.
- محمد عبد الهادي، مدخل إلى دراسة الرأي العام، جامعة المنصورة، الطبعة الثانية، 2006.
- محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018.
- محي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1993.
- محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه - أنواعه - عوامل تشكله - وظائفه وقوانينه - وطرق قياسه وأساليب تغييره)، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 2009.
- مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، 1982.
- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015.
- نزار مهيوب، الرأي العام، الأكاديمية السورية الدولية، دمشق، دون سنة.
- هاني رضا، رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998.
- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج.كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.

- يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.

ثانياً: الرسائل العلمية

1. أحمد يونس حموده، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013.
2. مصعب حسام الدين لطفي، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين 2014.
3. وليد رشاد زكي عمر، الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي: بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2007.

ثالثاً: المجلات العلمية

1. شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، جوان 2014، العدد 7.
2. عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة، مارس 2011.
3. متعب بن شديد بن محمد الهماش، الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، أكتوبر 2007، عدد 304 .
4. مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، كلية الملك فهد الأمنية، مركز البحوث والدراسات، ندوة الجرائم الإلكترونية الملامح والأبعاد، متاح عبر:

https://ncys.ksu.edu.sa/sites/ncys.ksu.edu.sa/files/424_2.pdf

5. مهدي محمد البياح، وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، عدد 02، حزيران 2006.

رابعاً: المؤتمرات

1. اسعيداني سلامي، استراتيجية الإعلام الجديد في دعم وتنمية الفكر الاجتماعي رؤية استشرافية في المضامين الإعلامية الاجتماعية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، نوفمبر 2014.
2. رضوان بلخيري، الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، نوفمبر 2014.
3. فايزة يخلف، الإعلام الجديد بين ثراء المنظومة المفاهيمية واستعصاء العدة الإجرائية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014.
4. ميمون الطاهري، الإعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية: جني الوجي الهوية ومسألة الخطاب، مؤتمر إعلام جديد تكنولوجيا جديدة لأجل عالم جديد، جامعة البحرين، 2009.

المراجع الأجنبية

- Burns, padraic. "the global internet: utopia, democracy, and the digital divide" paper presented at the annual meeting of the american sociological association, montreal, quebec, canada, 2006.
- Daniel lemin, public opinion in the social media era: toward a new understanding of the spiral of silence , unpublished master's thesis , the faculty in communication and leadership studies , school of professional studies , gonzaga university, 2010.
- Deen g freelon, analyzing online political discussion using three models of democratic communication new media & society, 2010, vol
- Eilstrup-sangiovanni, mette. And phelps bondaroff, teale. "from advocacy to confrontation: direct enforcement by environmental

transnational advocacy networks" paper presented at the annual meeting of the bisa–isa joint international conference "diversity in the discipline: tension or opportunity in responding to global", old town district of edinburgh, edinburgh scotland uk, 2012.

- garry robins ,yoshikashima, social psychology and social networks: individuals and social systems ,asian journal of social psychology 2008,vol 11, black well publication.
- Hmielowski, j. D., hutchens, m. J. And cicchirillo, v. , "online media use, social norms, and aggressive online communication: a communication process of political flaming" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, 2013.
- Jeremy littau, the virtual social capital of online communities: media use and motivations as predictors of online and offline engagement via six measures of community strength , unpublished phd dissertation , the faculty of the graduate school At the university of missouri, 2009.
- Juliane urban , kristin bulkow (2013) tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , applications of social network analysis conference , 2013,vol 100.
- Juliane urban, kristin bulkow, tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , social and behavioral sciences, 2013, vol 100.

- Katerina serafeim, the impact of social media on press freedom in greece: benefits, challenges and limitations , journal for communication studies,2012, vol. 5, no. 1.
- Kerch, David and Grutchfield, Theory and Problems of Social Psychology, Bombay, McGraw Hill Publishing Company 1998.
- Kim, kyungmo., baek, young min. And kim, narae. "online news diffusion dynamics and public opinion formation: a case study of ‘controversy over judge’s personal opinion expression on sns’ in korea" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington,2014.
- I bode, a hanna, j yang, dv shah, candidate networks, citizen clusters, and political expression strategic hashtag use in the 2010 midterms , the annals of the american academy of political and social science, 2015, vol 659 , iss1.
- I bode, ek vraga, p borah, dv shah a new space for political behavior :political social networking and its democratic consequences, journal of computer-mediated communication,2014, vol 19 , iss (3).
- lansdall–welfare, t; lampos, v; cristianini, n; effects of the recession on public mood in the uk. In: proceedings of the 21st international conference companion on world wide web.2012.
- Nisbet, erik., stoycheff, elizabeth. And pearce, katy, "demanding democracy online: internet use and citizen attitudes about democracy" paper presented at the annual meeting of the international communication association,2014.

- Papacharissi, zizi. "remediating theory", paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, England, 2012.
- park, namsu., kee, kerk. And valenzuela, sebastian. "understanding group participation in social networking environment: motivations for using facebook groups and social outcomes" paper presented at the annual meeting of the nca 95th annual convention, Chicago,2009.
- Prescott, liana. moral support, moral opposition, and political action: selfperceived moral minorities are more politically active "paperpresented at the annual meeting of the american sociologicalassociation annual meeting, new york,2013.
- Quortrup. L. 'understanding new digital media: medium theory or complexity theory,' european journal of communication,2006, vol 21, no (3).
- Reiche, m.m , power structures and public opinion in a deep sea of facebook blue,unpublished MA thesis , faculty of humanities , utrecht university ,2013.
- Rob S. Gerrits, Rianne A.P. van der Zanden, Renske F.M. Visscherand Barbara P. Conijn Master your mood online: A preventive chat group intervention for adolescents, Australian e– Journal for the Advancement of Mental Health (AeJAMH),2007, Vol 6, Iss 3.
- Roessler, patrick. And schulz, anne. "the spiral of silence and the internet: selection of online content and the perception of the public opinion climate in computer–mediated communication environments"

paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, 2012.

- Shanto Iyengar & Robert C. Luskin, Facilitating Informed Public Opinion: Evidence From Face-To-Face And Online Deliberative Polls , Paper Presented At The Meetings Of The American Political Science Association, Philadelphia, 2003.
- Shi Feng , Daling Wang & others (2010) Summarizing and Extracting Online Public Opinion from Blog Search Results, the series Lecture Notes in Computer Science, 2010, Vol 5981.
- Shiwen wu , na liu, contentious discourse and dynamic frames: the interplay among media report, online public opinion, and government discourse in public event, paper presented to the annual conference of association for education in journalism and mass communication , Washington, 2013.
- Wang, x. , "online public spheres: how internet discussion forums promote political participation in china" paper presented at the annual meeting of the nca 93rd annual convention, chicago, 2007.
- Wu, shiwen. And liu, na. "contentious discourse and dynamic frames: the interplay among online public opinion, media report, and government discourse in public event" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, washington, 2013.
- Yuqiong zhou & patricia moy , parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage, journal of communication, 2007, vol 57.