

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 -قائمة-



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع

محاضرات في مقياس:

الاتصال والرأي العام

موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال

من اعداد: د. محبوبي رفيق

السنة الجامعية: 2019-2020

فهرس المحتويات:

الموضوع
المحاضرة الأولى الرأي العام المفهوم النشأة والخصائص
المحاضرة الثانية أهمية الرأي العام
المحاضرة الثالثة مراحل وعوامل تشكيل الرأي العام
المحاضرة الرابعة الرأي العام وتصنيفاته
المحاضرة الخامسة: دور الإعلام في توجيه الرأي العام:
المحاضرة السادسة: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام
المحاضرة السابعة: (تابع) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:
المحاضرة الثامنة قياس الرأي العام 1
المحاضرة التاسعة قياس الرأي العام 2
المحاضرة العاشرة قياس الرأي العام 3

المحاضرة 1: الاسس النظرية لدراسة الراي العام

1- مفهوم الراي العام

- **لغة** : ينقسم إلى كلمتين رأي و عام، ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد أما كلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي 1 بشأن موضوع ما والعقل والتدبر والنظر والتأمل . عدد كبير من الناس، ويقال شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم والعامه خلاف الخاصة، وقيل الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون.

- **اصطلاحا**: انقسمت الآراء حول الرأي العام إلى أقسام فريق يرى بأنه لا وجود للرأي العام أساسا ولا يعترف به، واتجاه ثان يقر بوجود الرأي العام إلا أنه يعترف بصعوبة الوقوف على تعريف واحد له، و اتجاه ثالث يعترف بالرأي العام وأهميته، إلا أنه لم يجد له تعريفا متفقاً عليه.

- **التعاريف الغربية للرأي العام**: يعرف فلويد هـ . ألبورت Allport .H,floyd "الرأي العام على أنه "تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد ما يرونه في موضوع ما، يكون ذلك التعبير في صورة تأييد أو معارضة لوضع ما أو لشخص معين، بحيث تكون كافية للتأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع المقصود."

ولقد ركز في مفهومه للرأي العام على الطريقة التي يظهر ا الرأي العام الظاهر وأغفل الرأي العام الكامن، مع عدم تحديده لمواصفات القضية فبالنسبة له كل موضوع يمكن أن يتشكل نحوه رأي عام، كما لم يعط الاهتمام إلى دور الاتصال والجماعات المرجعية وقادة الرأي في تشكيل الرأي العام . أما ليونارد دوب L . Doob في كتابه الرأي العام والدعاية يعرفه على أنه " اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، واتجاهات وميول أفراد الشعب إزاء مشكلة ما، في حال

انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وهو رأي الفئة الاجتماعية التي تتأثر
بالمشكلة أكثر من غيرها، ومحصلة ضرب الآراء الفردية.

ويعرفه الفيلسوف فيلاند على أنه ليس رأي الشعب بأكمله، بل هو رأي طبقة لها
الغالبية والقوة بين ، وهو في هذا التعريف لم يحدد كيفية تشكل الرأي العام ولا
نوع القضايا التي طبقات الشعب الأخرى يتشكل حولها الرأي العام ولا العوامل
المؤثرة في تشكله . ويعرف "جيمس يانج young James" الرأي العام بأنه الحكم
الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها
أهميتها علي أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة،
أساسها المنطق والعقل أن يكون لهذا الحكم من القوة والعمق ما يحقق تأثيره في
السياسة العامة.

- **تعريفات العربية :** يعرفه إبراهيم إمام أنه "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 تتعلق بمصالحهم [المشتركة] ."
أما مختار التهامي فيعرفه على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في
فترة معينة بالنسب لقضية أو أكثر يحدثم فيها النقاش والجدل، تمس مصالح هذه
الأغلبية . ويعرفه محمد عبد القادر حاتم: أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في
قضية ما ذات اعتبار ما والذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين
أفراد أية جماعة كبيرة من الناس . أما عزي عبد الرحمن في نظرية الحتمية القيمية
فاستبدل مفهوم الرأي العام بالمخيال الإعلامي، والذي يقصد به المشاعر
الاجتماعية والنفسية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي والإسلامي
عامة من محتويات وسائل الاتصال من جهة، وما يحمله هذا الجمهور من
منظومة تراثية وحضارية وأسطورية من جهة.

شاع استخدام تعبير الراي العام بمدلول و الحديث في خضم الثورة الفرنسية و لا عجب في ذلك، فالثورة الفرنسية كسائر الثورات الكبرى ليست سوى لون من ألوان التعبير عن الراي العام، علما أن الراي العام كان قائما - بصورة أو أخرى- عبر مر العصور، فالراي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني النامي أينما وجد. ولا شك أن أحداثا ضخمة في تاريخ البشرية ما كان ليا أن تتحقق وحدث أول إجماع كافة الجماهير.

أ- الراي العام في المجتمعات البدائية:

في هذه المجتمعات أدرك الإنسان قيمة الراي العام واستخدم قوته لتحقيق مآربو وابتدع أساليب مختلفة ، مثل السحر للتأثير العام في الجماهير.

ب -الراي العام في العصر اليوناني:

لقد لعب الراي العام دوراً كبيراً في الحضارة اليونانية، فقد كانت دولة المدينة تستمد سلطتها من ارضاء المحكومين. وبذلك انفتح المجال أمام تبادل الآراء والنظرة العقلانية، وعكست المناقشات العامة التي كانت تدور حول حق المشاركة في الحياة السياسية و في البيئات التمثيلية ، أمثال المؤتمر العام، ومجمع الخماسة، بوادر بروز الراي العام وشكلت كتابات كل من أفلاطون وأرسطو بداية متواضعة لدراسة ظاهرة الراي العام، خاصة أن كتاباتيهما أكدت على ضرورة أن تقوم الدولة على مبدأ الديمقراطية وأن يعنى مشاركة الشعب بالسمطة وخضوعو للقانون.

ج -الراي العام في العصر الروماني:

مع ظهور الامبراطورية الرومانية برز ما سمي آنذاك، بصوت الشعب أو صوت الجماهير . وتكلموا عن الآراء الشائعة بين الناس .وظير ناقموا الأخبار المحترفون، وكانت الكمة تنقل من خلال الاتصال الشخصي، وعبر شبكة الطرق التي بناها الرومان، لتربط بين أطراف الامبراطورية المتنامية، وأقامت عمى هذه الطرق مراكز لا يفصل بين الواحد والآخر منيا

أكثر من مئة ميل روماني، وكل منيا مزود بالجياد، بحيث يمكن لمكمة والخبر أبمغ الأثر في تشكيل الراي العام الروماني .وكان للمفكرين والخطباء أمثال " شيشرون "وأخيو "

كونتيوس "دوراً كبيراً في تكوين الراي العام، وقد كتب هذا الأخير بالذات رسالة كاملة عن الدعاية وفنونها . هذا بالإضافة إلى الفنون والنشرات الإخبارية ذات التأثير القوي و الفعال على العقول والمخيلة وأنماط السلوك.

د -الرأي العام في العصور الوسطى:

كان الراي العام في عصور النهضة الإسلامية دورا فعالاً في مختلف جوانب الحياة الإسلامية، فقد اهتم الإسلام بالحريات . حرية الراي والعقيدة و الحرية الشخصية وحرية التمك والتنقل و وضع أصولاً عامة للحكم منها مبدأ الشورى. و وضع الضوابط لممارسة هذه الحريات وحدود للحكم وللمحكومين، وأقر حق الشعب في مقاومة طغيان الحكام . فالخليفة مقيد باتباع أحكام القرآن والسنة وإجماع الصحابة، فإذا خرج عليهما وجبت معصيته . وقد أدرك الخلفاء أهمية الرأي العام بعثات نشر الدين و فوسح الاستشارات بين المسلمين و غيرهم من اتباع الديانات الاخرى. فكانوا يهتمون بمعرفة آراء الرعية واتجاهات الرأي العام ، وقد استفاد نظام الحكم في الإسلام من تجارب الأمم والحضارات السابقة له . وقد كان المعنى الديموقراطي مألوفاً و متميزاً مع طبيعة الحياة العربي . مما يجعلنا أميل إلى الحكم بأن الرأي العام في صدر الإسلام كان يقوم على أسس صحيحة في ، وان لم يكن قد صار إلى ذلك التعقد الذي نراه في العصور الحديثة.

هـ -في العصر الحديث:

عقب القرن الخامس عشر وعصر النهضة، اخترع " جوتنبرج " آلة الطباعة، وانتشرت الفلسفة و العموم، وبدأ الباحثون يهتمون بدراسة العلوم الإنسانية، وشملت أوروبا حركة فكرية قوية في كافة المجالات .وظهرت الدولة القومية، وأتيح للعامة قدر أكبر من المعرفة والإلمام بالقراءة و الكتابة وظهرت الصحف، مما أتاح للكلمة المكتوبة دوراً أكبر في التأثير في الرأي العام، والذي تعمق بالتطورات التي أدخلت على آلات الطباعة . كما تقدمت وسائل المواصلات تقدماً كبيراً .

3-خصائص الرأي العام:

أولاً: الخصائص العامة

الكثير من المفكرين والباحثين وضعوا خصائص شاملة للرأي العام، ومن هؤلاء (كانتيل) الذي وضع ما يسمى بـ(قوانين) شاملة تصف ال رأي العام، ويمكن أن نناقش بعض خصائص الراي العام التي ينقاسمها جماهير الشعوب خلال عممية التنشئة الاجتماعية والسياسية وهي كما يلي:

-- أن الرأي عمل من أعمال الارادة وعلى هذا الاساس فان الموقف ايداء الكوارث الطبيعية لا يمكن أن يسمى رأياً .

- يتميز الرأي بارتباطه بالوعي . فالرأي يوجد عندما تطرح امام الشخص او امام اعضاء الجماعة قضايا تتجاوز بتأثيرها نطاق العواطف لتدخل نطاق الوعي ، وهذا التجاوز هو الذي يتيح فرصة ضمان ثبات الرأي ووضوحه.

- **ثانيا: الخصائص في ضوء مناخ تكوين الرأي العام**

-**الاتجاه**: بمعنى تحديد درجة موافقة الفرد أو معارضته أو إعلان موقفه بشأن أحد الحمول البديمة المتاحة لحل المسألة المثارة.

-**المجال**: بمعنى اتساع أو ضيق المسائل المثارة أي نطاق وحجم ال أري العام.

-**القوة**: أي مدى ارتباط الاتجاه: بمعنى تحديد درجة موافقة الفرد أو معارضته أو إعلان موقفه بشأن أحد الحمول البديمة المتاحة لحل المسألة المثارة.

-**التركيز**: أي مدى اعتماده على الاتجاهات والموافقة الغالبية القوية لدى الجماعات المكونة لم أري العام.

-**الثبات**: بمعنى مدى ثبات ال أري العام نسبيا بالنسبة لنقطة ما.

-**المضمون**: لتحديد مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقتو بالموضوعات والقضايا المثارة.

ثالثا: خصائص تتعمق بسموكيات الرأي العام:

عزى تحديد هذه الخصائص إلى الباحث الأمريكي "كانتريل" والتي توصل إليها من خلال دراسة رستو لمعنويات المدنيين في الولايات المتحدة الأمريكية أثناء الحرب الثانية وألميا:

-إن ال أري العام شديد الحساسية بالنسبة لمحوادث اليامة.

-إن الأحداث الاستثنائية قد تحول ال أري العام من النقيض إلى النقيض بصفة مؤقتة،

كما قد تحولوا من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار، حتى تتضح الأمور أمام جماهير ذلك لأن ال أري لا يصبح مستقار حتى ينظر الناس إلى الأحداث بشي من التعقل.

-إن ال أري العام يتأثر بالأحداث أكثر من تأثره بالأقوال إلا إذا تم تفسير هذه الأقوال على أنها أحداث.

-تصبح التصريحات الشفوية، وبيان طرق العمل بالغة الأهمية عندما يكون ال أري العام غير متمور، وعندما يكون الجميور قابلاً للاستيواء، باحثاً عن بعض التفسير من مصدر موثوق بو.

-الراي العام بصفة عامة لا يتوقع الحوادث الطارئة مقدما، ولكنو يستجيب ليا فقط من خلال رد الفعل.

-لا يبقى الرأي العام منفعلًا لمدة طويلة إلا إذا شعر الناس أن المسألة تتعمق بمصالحهم الذاتية بشكل واضح جدا.

-عندما تثار المصحة الذاتية يحتمل أن يتقدم ال أري العام في المجتمع الديمقراطي السياسي الرسمية ويسبقيا.

-إن الحقيقة الواقعية تميل إلى جذب الراي العام في صفيا بالرضا والقبول عندما يكون ال أري العام غير متبلور تبلورا كاملا.

خصائص أخرى:

-يصبح إبان الأزمات شديدي الحساسية بالنسبة لكفاية زعمائهم.

-الناس أقل معارضة في تقبل الق ا ر ا رت الخطيرة التي يتخذنا زعمائهم إذا كانوا يشعرون أنهم ساهموا معيم وشاركوم في اتخاذ هذه القرارات.

-بيدي الناس آراء أكثر ويتمكنون من تكوين آراء بسيولة أكثر بالنسبة للأهداف في حالة اختيار الطرق المؤدية لتحقيق الأهداف.

خصائص أخرى:

-يصبح إبان الأزمات شديدي الحساسية بالنسبة لكفاية زعمائهم.

-الناس أقل معارضة في تقبل الق ا ر ا رت الخطيرة التي يتخذنا زعمائهم إذا كانوا يشعرون أنهم ساهموا معيم وشاركوم في

اتخاذ هذه الق ا ر ا رت.

-بيدي الناس آراء أكثر ويتمكنون من تكوين آراء بسيولة أكثر بالنسبة للأهداف في حالة اختيار الطرق المؤدية لتحقيق

الأهداف.

-ال أري العام - شأنو في ذلك شأن ال أري الفردي - قد تمونو الرغبة أو اليوى.

-إذا تم تزويد الناس في المجتمع الديمقراطي بالمعمومات الصحيحة وفرص التعميم والوقوف دائما على الحقائق، فإن

ال أري العام يصبح أكثر تعقلاً وصلابة.

-قد تمونو الرغبة أو اليوى.

-إذا تم تزويد الناس في المجتمع الديمقراطي برطي بالمعمومات الصحيحة وفرص التعميم والوقوف دائماً على الحقائق، فإن ال أري العام يصبح أكثر تعقلاً وصلابة.

المحاضرة 2: الاسس النظرية لدراسة الرأي العام (تابع)

4 - أنواع الرأي العام:

يقسم الرأي العام إلى أنواع متعددة طبقا لمعديد من المعايير التي تعتمد في التصنيف أو التقسيم مع ملاحظة تشابه وتكرار الأنواع طبقا لأسس التقسيم:

أولا: تقسيم الرأي العام حسب طبيعته

- **الوأي العام الكامن** : يحدث أن يتكون أري عام كامن وغير ظاير لأسباب سياسية أو اجتماعية وقد يظهر في شكل همسات أو ببرات خافتة لا تلبث أن تتفجر وتتحول إلى ثورة عارمة في حالات كثيرة.

-**الرأي العام الظاهر** : تشترك فيو أجيذة الإعلام أو المنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية في التعبير عنو ويمارس تأثيرات على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة لمدولة.

ثانيا: تقسيم الرأي العام حسب ثباته

-**الرأي العام الثابت** : وهو الذي يرتكز على قاعدة ثقافية وتاريخية ودينية ويمتاز بالثبات حيث لا يتأثر بالأحداث الجارية إلا نادرا.

-**الرأي العام المؤقت**: هو الذي يرتبط بمشكلة طارئة أو حادث عرضي أو برامج ذات أهداف زمنية محددة ينتهي بانتهئها.

ثالثا: تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية

-**رأي عام سلبي**: وهنا ينظر الهاحثون إلى الرأي العام حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة، ويرتكز هذا التقسيم على افتراض وجود قطاع من الجمهور سلبي يكتفي بتمقي وجهات النظر والانسحاق و رائها ويسمى هذا النوع بالرأي العام السلبي.

-**الرأي العام الايجابي** : وجود قطاع أخر يمثمو عادة المثقفون وقادة ال أري والذين يمكنون خمفية فكرية ويستطيعون فيم حقائق الأمور وتفسيريا ولا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم الذين يؤثرون فييا بأفكارهم ويسمى هذا النوع بال أري الايجابي.

ربعا: تقسيم الرأي العام حسب الانتشار الجغرافي

وبناك من يقسم الرأي العام طبقا لنطاق انتشاره الجغرافي والاجتماعي إلى:

-**الرأي العام المحلي**: وهو ال أري السائد بين أغمبية الشعب الواعية في منطقة جغرافية معينة أو محافظة معينة داخل الدولة في فترة زمنية معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم النقاش فيها والجدل، وتمس مصالحها أو قيمه

-الرأي العام الوطني : يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة وتستند إليه السمطة القائمة.

-الرأي العام العالمي : وهو السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة ونحو قضية معينة ويحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب أو قيمها.

-الرأي العام الإقليمي: الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب والدول المتجاورة جغرافياً حول قضية في فترة زمنية معينة يحتدم النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشراً مثل دول الخليج العربي أو أقطار المغرب العربي أو دول جنوب شرق آسيا.

رابع: الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره

-الرأي العام القائد أو النابه أو المسيطر : ويمثل هذا النوع من الرأي صفة المجتمع وبؤلاء نسبتهم في المجتمع قيمة ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهون الوجهة المطموية، كما أن بؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم من يؤثر ببيده الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار.

-الرأي العام المثقف : ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع ويختلف حجمه حسب درجة التعميم والثقافة وبؤلاء رأي يؤثر فيما بؤلاء من درجة من حيث الثقافة والتعميم ولكن يتأثر بوسائل الإعلام بنسب تتفاوت حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها.

-الرأي العام المنساق : وهو رأي السواد الأعظم من الناس وخصوصاً الأميين أو قميمي التعميم والثقافة فيؤلاء يكونون عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبمون ما ينشر وما يذاع دون تمحيص أو تدبر كما يتناقمون الشائعات ويصدقونها ويروجونها و يكونون عرضة لحملة الدعاية.

5- أهمية الرأي العام:

إن من أسباب الاهتمام والتأكيد المتزايد على أهمية الرأي العام ، انتشار الديمقراطية وتوسيع التصويت ، كذلك نمو وانتشار التسهيلات التعليمية وإتاحة الفرصة لكل الطبقات ، وازدادت أهميته بسبب تحسين الاتصال كذلك التغييرات الاقتصادية كان لها تأثير عميق على الرأي العام ، فالإنتاج الجماهيري والاستهلاك الجماهيري نشأ عنه ضغط البيع والإعلان والمداهنة أو التملق ، كذلك الصراع لكسب دعم الرأي العام في المجال الدولي ، وأخيراً فإن الرأي العام له أهميته المتزايدة لأن السياسات العامة تحتاج دعم وتعاون عدد كبير من أفراد الشعب ، ويبدو هذا أوضح في أوقات الحروب ، وحتى في أوقات السلم يحتاج إلي دعم الرأي العام بصورة واسعة لإنجاز سياسات عديدة داخلية وخارجية مالية وغيرها . وهذه مشكلة كل الحكومات على السواء . وهناك عدة عوامل ساهمت في زيادة الاهتمام بدراسة الرأي العام وهي:

زيادة عدد السكان : ويُقصد بذلك زيادة عدد الذين يشتركون بصفة إيجابية في الشؤون العامة ولذلك أصبح التعرف علي اتجاهات المواطنين وآرائهم أكثر أهمية من ذي قبل - نمو وانتشار التعليم : ويرجع ذلك إلي أن زيادة نسبة المواطنين المتعلمين تؤدي على أرجح احتمال إلي مشاركتهم بدرجة أكبر في الحياة العامة ، وذلك بما يعبرون عنه من أفكار وآراء وتطلعات ، كما أن التعليم قد يدفع بالصفوة المثقفة في المجتمع إلي التعبير عن عدم رضائها بالواقع القائم والرغبة في تغييره وذلك بفضل ما لها من معلومات ونشاط أكثر ، ومن ثم أصبح الاهتمام باتجاهات الرأي العام المثقف ومواقفه من قضايا التغيير الاجتماعي أكثر إلحاحاً من أي وقتٍ مضى .

- تطور وسائل الاتصال : أدي تطور وسائل الاتصال الجماهيري إلي مضاعفة أهمية الرأي العام ، وذلك لأن التطور التكنولوجي المذهل الذي حدث وخاصةً منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية ، قاد إلي التقريب بين اتجاهات الرأي العام في مختلف الدول وأصبح ما يحدث في أي مكان يتردد صده في كل مكان ، وبصورة فورية ، ذلك أن تطور الوسائل الاتصالية الجماهيرية سهل توصيل الأخبار وردود الأفعال عليها في الحال لقطاع كبير من الناس ، وحتى الأميون أصبح بإمكانهم الحصول علي المعلومات الخاصة بالأحداث المحلية والإقليمية والدولية من خلال الراديو والتلفزيون ، ومن ناحية أخرى فإن هذا التطور قد ضاعف من قدرة القائمين علي وسائل الاتصال في تشكيل آراء الناس وتطويع اتجاهاتهم.

- اشتداد الصراع من أجل كسب الرأي العام : ويعني ذلك المحاولات التي تبذل باستمرار من أجل استمالة الرأي العام (المحلي والدولي) وجعله ينحاز لطرف معين ، سواء كان هذا الطرف يمثل دولة أو مجموعة من الدول ، أو حزب أو جماعة داخل الدولة نفسها ، ويأتي ذلك علي سبيل الاقتناع بأهمية الرأي العام في تحقيق أو تعطيل البرامج السياسية أو الاقتصادية أو العسكرية

- زيادة ارتباط الرأي العام بالسياسة العامة : وهذا الارتباط واضح في وقت الحرب ، بمعنى انعكاسات الحروب السلبية علي السكان المدنيين أنفسهم ، كما أن تأييد الرأي العام في وقت السلم يُعتبر أمراً أساسياً لتنفيذ الكثير من السياسات العامة ، المحلية والخارجية وما يتصل بها من إنتاج واستهلاك أو تطبيق القوانين أو التشريعات أو غير ذلك ، وينسحب ذلك الارتباط علي 8 الدول ذات النظم الشمولية أو الديمقراطية علي حد سواء . ويتفق العلماء والمفكرون والباحثون علي أهمية الرأي العام فهو له ديناميته وقواه وأهدافه وآثاره، واتجاهاته ومقوماته ، والرأي العام هو تعبير حر عن أفكار وتصورات الجماهير الشعبية من خلال نُسق المشاعر والمعتقدات ، فهو حكم الجماهير بالنسبة لفعل أو حادث ، وهو تعبير إرادي وجماعي تصدره الشعوب وينبثق عن

الجماعات ومجموع الاتجاهات والمعتقدات والقيم . ولقد اعترف العلماء والساسة بأهمية الرأي العام ومكانته الكبيرة في حياة المجتمع البشري بعدما أكد وجوده ودوره المؤثر والفعال في تاريخ الأمم والشعوب وتتمثل أهمية الرأي العام في قدرته علي حشد الصفوف وتوجيهها وجهه معينة وفي مدى قدرته علي اقناع الجماعات وجعلها سلسة القيادة . والرأي العام هو السلطة الجماهيرية التي تعمل علي تقييم وتقويم الأعمال والأقوال الصادرة عن الساسة والمسؤولين في شتى المواقع . وبناءً علي هذا فإنه من الأهمية بمكان تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق التي تمكنهم من الحكم علي مختلف الأمور ، ذلك أن الجمهور الذي يعرف الحقائق ، والذي يكون علي بينة من الأمر يرتفع لديه مستوي الوعي وتتسع مداركه وترتقي مكانته ومن ثم يستجيب بشجاعة وحرص في كل المهمات وهذه هي القاعدة التي نقول أن 90% الجماهير الواعية التي تفكر بعقلها وتتصرف بوعي من وجدانها وضميرها ولا يمكن أن تززع ثقتها إي أحداث مهما كان عاصفة أو عاتية . أصبح الرأي العام يلعب دوراً أساسياً في تحديد طبيعة النظام وفي تشكيل الأفكار والسياسة مما أدى إلي ظهور الرأي العام كعامل فعّال في اتجاهات الفكر السياسي وفي اتخاذ القرارات السياسية ، وتعددت مجالات الرأي العام وتشعبت اتجاهاته ، وذلك (2) في النظم السياسية المعاصرة سواء علي المستوي المحلي أو الإقليمي أو الدولي . لذلك فإن الاهتمام بالرأي العام كمادة علمية، لم يقتصر علي الكتب والدراسات وإنما امتد ليشمل أيضاً وجود مراكز متخصصة في الرأي العام وطرق قياسه ومعرفة اتجاهاته ، كمعهد جالوب في الولايات المتحدة الأمريكية والذي بدأ باستطلاع الرأي حول موضوعات تجارية تخص الشركات والأسواق والزبائن ، ثم انتقل هذا الاهتمام باستطلاعات الرأي وقياسه لاسيما في قضايا الانتخابات للرئاسة الأمريكية ، وقد صاحب ذلك انتشار معاهد مماثلة لهذا المعهد في معظم دول العالم . وفي الحقيقة فإن أهمية الرأي العام عظمت بعد الحرب العالمية الثانية حيث كان الاعتقاد السائد أن السبب في الحروب هي الدبلوماسية السرية ، وإن إخفاء المعاهدات عن الشعوب والاتفاقيات هي التي أدت إلي نشوب الحرب الثانية ، ولهذا ظهر تيار قوي ينادي بأن تكون الاتفاقيات الدولية علنية ، وأن تُطلع الشعوب علي كل المفاوضات وإلقاء الدبلوماسية السرية وإطلاع الشعوب علي حقيقة الأمور . ويقول دجورفيس ، أن أولئك الذين لا يعترفون بالرأي وقدره الجمهور علي تكوين رأي لا يعترفون برأي رجل الشارع والجماهير الشعبية وبأن الجماهير والأفراد علي قدر من الذكاء بحيث يستطيعون اتخاذ مواقف واعية ومفيدة اجتماعية إزاء القضايا السياسية والاجتماعية . والرأي العام يكتسب أهمية خاصة في الدول النامية ، حيث تتوقف التنمية إلي حد كبير علي حاجة الشعب وإ

حساسه بالتنمية . إن الدول النامية تُعاني من مشاكل تتعلق بمواردها البشرية منها : انخفاض مستوى التعليم وارتفاع نسبة الأمية إضافةً إلي التشرّد والسكن الريفي بعيداً عن مراكز المدن . كل هذا جعل المواطن لا يهتم بأمور بلاده ، ولهذا فإن استثارته تُعتبر جزءاً هاماً من عملية التنمية التي تنهض بها الأقطار النامية ، طالما أن الشعور بالمشكلة هو مفتاح الحل لها وهنا تأتي أهمية الرأي العام ، وبالرغم من جهود الحكومات المختلفة في هذه الدول فإن الرأي العام ما زال دون الطموح في أخذ دوره في عملية البناء والتنمية الشاملة التي تتشدها هذه البلدان . اشتد اليوم الاهتمام بالرأي العام لأنه يلعب دوراً مهماً في بناء مدخلات السياسة العامة ، ووضع أوليات اهتمامات صانعي القرار ، وأمكن للرأي العام أن يلعب هذا الدور المهم والقوي في صنع القرارات لارتباطه بنظام الاتصال الذي يمارس دوره بالقوة نفسها ، من حيث تهيئة الرأي العام لقبول القرارات التي تنوي السلطة السياسية اتخاذها أو بالمقابل إضعاف شرعية بعض القرارات .

المحاضرة 3: الاسس النظرية لدراسة الرأي العام (تابع)

6- مراحل تشكيل الراي العام:

من الواضح أن الرأي العام يمر بمراحل مختلفة قد لا توصف بأنها مراحل ركمية دائماً، ولكن في الغالب تبدأ بأفكار معدودين ثم يتبناه آخرون إلى أن يصبح رأياً عاماً، وقد ينشأ الاري من بدايتو أري عام لأنو يعكس اتجاهات أو معتقدات مشتركة بين كل أو معظم الجميور العام الذي تعنيو القضية، فمذا ما يرى الكثير من العلماء أن عملية تكوين الراي العام حول موضوع معين، يمر بخطوات ومراحل وفقاً لمجموعة من المداخل الرئيسية، فيناك المدخل الاجتماعي والمدخل الاقتصادي والمدخل السياسي وغير ذلك من المداخل.

فيجد (دفيسيون) صورة تفصيلية لعملية تكوين الرأي العام بحيث تمر بالخطوات والمراحل الآتية:

- في البداية يتم الاتصال بين شخص وآخر حول موضوع معين وفي هذه المرحلة تبدأ جذور هذا الموضوع بالتكون والنمو، وبعد ذلك تتسع دائرة المناقشة لتصبح أكثر انتشاراً وعمومية، ويظهر ذلك الموضوع على السطح ويأخذ شكلاً معيناً، بعد هذه المرحلة ينتقل الموضوع إلى المفكرين والباحثين الذين يتولون الموضوع ويتباحثون فيه بشكل تفصيلي ومن ثم يصل الموضوع إلى قادة المجموعة أو المجتمع، بحيث يتبنون الموضوع ويصبح أحد اهتماماتهم، ليصل الموضوع بعد ذلك ويفعل موازين القوى والسمطة التي يتمتع بها قادة المجتمع إلى وسائل الإعلام والوكالات المتخصصة في التغيير ودراسة الرأي العام وتفاعلاته، لتقوم هذه الوسائل والوكالات بعد ذلك بتبسيط الموضوع ووضعوه في صورة عامة واضحة، بحيث يصبح من السهل على الإنسان العادي ورجل الشارع في فيمو ومضامينو، وبذا مما يجعل من الموضوع ذا أهمية وجذب خاص، بحيث يصبح محل انتباه الكثير من الناس، وفي المرحلة التالية يزداد توقع الموضوع وأثره وتقوم في المجتمع، بحيث يصبح مركز النقاش والتحاور، وتتشكل حوله العديد من الآراء والتوجهات، ويتم الوصول في النهاية إلى إدخال هذا الموضوع العام في نطاق القانون أو العادات الاجتماعية السائدة.
- أما عماء الإاردة فيم كذلك يخصصون عمية تكوين الاري العام في الخطوات الآتية:
 - **المرحلة الأولى:** هي مرحلة إدراك جماعة من الناس لموقف معين عمي أنو يمثل مشكمة، ثم يقرر اتخاذ موقف معين من هذا الحدث والبحث عن بدائل مختلفة لعلاج هذه المشكمة.
 - **المرحلة الثانية:** فيها الاتفاق عمي بديل معين يمثل الحل الأنسب لموقف والعمل كذلك عمي الترويج لهذا الحل، ليزيد وعي الجماعة وادراكها لهذا الحل.
 - أما المرحلة الأخيرة فيتم تنفيذ برنامج عمل، ويستمر حتى يتم الحصول عمي النتائج المرجوة.

أما الباحثون في مجال العموم السياسية، فيميلون إلى التركيز في عممية تكوين ال أري العام تجاه قضية معينة، فيرون أن تكوين الراي العام يمر بخمسة م ا رحل وبي، مرحلة إد ا رك مشكمة، مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآ ا رء، مرحلة

الصراع، مرحلة التبلور والتركيز وأخيرا مرحلة الرضا والاتفاق.

فبالإضافة إلى المراحل التي مر بها الكثير من العلماء إلا أنه نحاول تقديم الم راح التي يمر بها تكوين الرأي العام عامة:

-مرحلة الإحساس والإدراك : إن الإنسان يتعرض لمجموعة من المؤث ا رت والمنبيات التي يتمقانا عن طريق حواسو والتي تعد مفاتيح المعرفة واتصالو بالعالم الخارجي فيبدأ في إد ا رك بذه المؤث ا رت إد ا ركا حسياء، إلا أنيا لا تقف عند مجرد إدراكيا عن طريق الحواس بل يحاول أن يدركيا كرموز إذ يعطي ليذه الرموز معاني معينة، ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية بل يقوم عمى العقل أيضا أو الحذف وتأويل ما يتأثر بو من انطباعات حسية.

-مرحلة الراءة الفردية :في بذه المرحلة الفرد يقوم بالتعبير المفظي بالإشارة إلى ميولو واتجاناتو النفسية حول الموضوع أو المؤث ا رت فتتطوي بذه المرحلة عمى عصر الاختيار فطالما أن الموضوع المثار بو موضوع جدلي تختمف حولو الآ راء فان الفرد يحدد نفسو موقفا معينة ليذا الموضوع.

-مرحلة صراع الفرد مع آ راء الجماعة : وفي بذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآ راء الأف راد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جميور معين ممن لديهم انتمام بالموضوع وكل منيم يحاولوا الدفاع عن أ ريو مستخدما في ذلك عن طريق عرضيا للآ ا رء المختمفة.

-مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة : من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جميور معين حول موضوع أو مسألة تشغل انتماميم يتم التقريب بين وجيات النظر المختمفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل إليو أغمب أعضاء الجماعة أو الجميور ويصبح هذا الرأي عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور.

الفيزيولوجية.

- العوامل الوراثةية: تنتقل الصفات الوراثةية ألينا من ابائنا عن طريق خلايا متناهية الصغر

،تربط بين اجسامنا وأجسام أجدادنا وأن كل فرد يستمد نشأته من أتحاد هذه الخلايا

الصغيرة ونحن نرث هذه

الصفات من الوالدين بالتساوي ، أي أن لكل من الأب والأم نفس الأهمية في نقل الصفات الوراثية .

7- العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام

ان عملية الرأي العام هي من العمليات المعقدة التي تمتد جذورها في مجالات مختلفة .ويتكون الرأي العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل الفيزيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية المتداخلة التي تجتمع لتؤثر في الرأي العام وتكونه لدى المجتمع بحيث يؤثر كل عامل منها بنسبة معينة ،طبقا لأهميته ودوره في تكوين المجتمع وصياغة ثقافته . ومن هذه العوامل:

أولاً_ العوامل الوراثية والفيزيولوجية والنفسية التي تحدد الشخصية

يمكن أن نتناول العوامل البيولوجية التي تحدد الشخصية من خلال بعدين اساسيين هما :العوامل الوراثية .

-العوامل الفيزيولوجية: أن العوامل الفيزيولوجية هي تلك العوامل المرتبطة بطبيعة الوظائف الجسمية وبخاصة المتعلقة بالجهاز العصبي باعتباره الجهاز المهيمن على أجهزة الجسم المختلفة والمشرف على جميع الوظائف العضوية ،والذي يؤلف بينها بما يحقق وحدة وتكامل الفرد 37 .
- العوامل النفسية: يبدو واضحا أنه حينما تشتد الضغوط النفسية فأنها تؤثر في سيكولوجية الفرد وتعامله تأثيرا مباشرا وفعالا ،هذا التأثير يؤدي الى اضطراب في علاقة الفرد مع أجهزته الداخلية أولا ثم بيئته ثانيا ولسنا بحاجة لمعرفة مدى هذا الاضطراب الداخلي لدى الشخص الذي يتعرض للضغط النفسي ولكننا نلمح الى سلوك التبدل الحسي الواضح الذي يبدو انه في معزل عن الوضع الذي يفقده القدرة على الاحساس بالألم واللذة في البيئة المحيطة به حتى يبدو انه في معزل عن الوضع الذي يفقده القدرة على الاحساس بالألم واللذة في البيئة المحيطة به حتى يبدو انه في معزل عن الوضع العام ،فالضغوط النفسية هي تفاعل الضغط مع الفرد لظهور الامراض النفسية.

ثانيا- الثقافة

_ مفهوم الثقافة : يعد مفهوم الثقافة من المفاهيم المحورية في علم الاجتماع ،ويشكل مفهوم الثقافة احد الافكار الكبرى التي ساعدت البشرية على انجاز الكثير من التقدم العلمي والتطور الفكري ، فالثقافة مفهوم يتميز بانه ذا

طبيعة تراكمية ومستمرة ، فهي ليست وليدة عقد او عدة عقود ،بل هي ميراث اجتماعي لكافة منجزات البشرية.

وقد أكد هذا التعريف على نقطتين أساسيتين هما:

- يكتسب كل منا ثقافة بوصفه عضوا في مجتمعه.

- الثقافة ليست مادية فحسب بل هي معنوية وتتكون من الأشياء المادية والأحداث التي يمكن قياسها.

ثالثا - العادات والتقاليد

أن الدارس لهذا النمط الثقافي يستوقفه الزخم الكبير و الخصب الذي تحظى به الشعوب حيث أنها تعتبر جزءا بالغ الأهمية في حياة كل المجتمعات لما تلعبه من دور في ضبط الاستقرار الحفاظ على أواصر التماسك الاجتماعي كونها

نتاج خبرة وتجربة طويلة بالحياة افضت الى وجود ذلك النمط من السلوك دون غيره .فالعادات انطلاقا مما سبق تستمد وجودها من الفطرة الاجتماعية بحيث لا توجد هناك سلطة تفوض علينا ممارستها الا سلطة المجتمع القائمة على قبول الناس لها 38 .

وهناك عوامل تؤدي الى تكوين الرأي العام الجامع للامة والمتسم بالثبات والرسوخ. و سنتناول اهم ثلاثة عوامل:

* الدين

* البيئة

* التراث

أ عامل الدين:

الدين هو الاعتقاد الغيبي على النفس بوجود قوة خارقة مهيمنة على الكون وهو في الاسلام الاعتقاد بوجود الله سبحانه وتعالى وتوحيده. وقد عرفه الجرجاني بأنه ((وضع الهي يدعو اصحاب العقول الى قبول ما عند الرسول

صلى الله عليه وسلم)) والرسول صلى الله عليه وسلم اتى بالشرعية ((فالشرعية من حيث هي احكام تطاع ،تسمى دينا ،ومن حيث انها تجمع المسلمين تسمى " ملة ")).

فالدين هو الهادي لتوجيهات الافراد والجماعات في معاملاتهم وحركة اتصاليهم وكل شؤون حياتهم .وله اثر بالغ في توجيه ميول الناس والتأثير وعلى مرئياته حيال القضايا والاحداث .وبالتالي

يصبح أقوى عامل في تكوين الرأي

العام وتوجيهه.

ب- عامل البيئة:

وهي تعنى البيئة الجغرافية و البشرية .والبيئة الجغرافية تشمل الموقع والأرض والحيوان والمناخ، والبيئة السكانية والرعية والزراعية والمدنية والصناعية...الخ.

أما البيئة البشرية، فهي عناصر المجتمع والتمازجة من حيث الأصول العرقية والعشائرية والقبلية . ومنها بنية المجتمع البشرية وقطاعاته الاجتماعية وشبكات اتصالاته وعلاقاته الانسانية ونشاطه العام . ويلاحظ أن الرأي العام فيالبيئة الصحراوية ، مثلا : حيث الاتساع والبساطة والهدوء يكون أكثر استقرار . والعكس في المدن الكبيرة

الصاخبة حيث يكون الرأي العام نشطا متحركا وقابلا للانقسام .ويرى بعض الباحثين ((أن البيئة المدنية تشكل طرفا ملائما لاستقرار تراث الرأي العام ، ذلك أن الناس في خضم الاثارة والانشغال بذواتهم لا يجدون وقتا

للتفكير ، فيجرى التسليم بما تفرضه الغالبية.))

- عامل التراث:

التراث هو مجموع تجارب الشعوب ورمز مجدها وأصالتها، ويتمثل في الموروث من العادات والتقاليد وأنماط الثقافة

والحضارة والأعراف التي تهيمن على نشاط المجتمع وممارسات الأفراد برقابة اجتماعية مهيبية . ومن هنا تتضح أهمية

التراث في تكوين الرأي العام. 39

وهناك أيضا عوامل متحركة تؤثر في الرأي العام والتي يقصد بها رأي المجتمع في حالة نشاطه اليومي وتفاعله مع الأحداث والقضايا الحيوية التي تمس مصالحه بصورة مباشرة . والرأي العام المتحرك لا يخرج بالكلية عن التيار العام

للرأي المستقر في المجتمع . والعوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام المتحرك ، تختلف باختلاف القضايا الحيوية التي

تحاصر المجتمع ، فهناك عوامل سياسية تتعلق بالحكم وقضايا الحرية والسيادة ، وعوامل اقتصادية تتعلق بالأوضاع

المعيشية والدخل ، وعوامل اجتماعية وثقافية وترفيهية ، وهناك عوامل تتعلق بالأحداث الكبيرة من الكوارث والحروب والزلازل الى جانب العوامل المتعلقة بالنشاط الاعلامي أو الديني أو الفتوى... الخ . ومن هذه العوامل المتحركة نجلها في النقاط الاتية

- المؤسسات الدينية.

- المؤسسات الاعلامية.
- المؤسسات السياحية
- المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية
- الأحداث الكبيرة .

المحاضرة الرابعة الرأي العام وتصنيفاته

الرأي العام إصطلاح واسع وفضفاض ولكن ينبغي أن نميز بين نوعين من الرأي :

1- الرأي الفردي

أ- الشخصي ويحدث عندما يعبر الفرد عن وجهة نظرة في موضوع معين هو الذي يكونه الفرد لنفسه بعد تفكير في الموضوع ويجاهر به الناس دون أن يخشى من ذلك شيئاً.

ب- الرأي الخاص وهو ما يحتفظ به الفرد لنفسه ولا يبوح لغيره ، إلا إلى المقربين إليه ومن هم محل ثقة، وهو الجزء من الرأي الشخصي الذي يحتفظ به المرء لنفسه وذلك خوفاً من تعريض نفسه للأضرار ، والرأي الخاص يظهر أثرفاعليته القويه في الرأي العام في حالة التصويت السري في الإنتخابات ، حيث يعبر كل فرد عن رأيه الخاص وهو في مأمن من كل سوء.

2- الرأي العام

وتصنيفاته أربعة

أ- وفقاً لنطاق الإنتشار مكانياً أو فئوياً (طائفياً أو طبقياً)

1- الرأي العام القومي.

2- الرأي العام النوعي.

3- المحلي.

4- الإقليمي.

5- الإئتلافي.

6- العالمي (الدولي).

ب- وفقاً لعنصر الزمن (الإستمرار والتغير).

1- الرأي العام المستمر (أستاتيكي).

2- الرأي العام المؤقت ديناميكي.

3- الرأي العام اليومي يتأثر بمجريات الأمور والحوادث اليومية تحركه وسائل الإعلام والشائعات والمصالح المباشرة للناس.

أولاً: الرأي العام القومي

الرأي الناجم في الوحدة السياسية القومية إزاء مسألة ما تربط أفرادَه مصالح مشتركة .

ثانياً : الرأي العام النوعي

نتيجة إرتباط فئه أو طائفة من الناس بقضيه أو مسأله تتعلق بمصالح هذه الفئه .

ثالثاً : الرأي العام المحلي

على مستوى أحد أجزاء المجتمع السياسي وفي نطاق مصالح ذلك الجزء. (المياه ، الكهرباء).

رابعاً: الرأي العام الإقليمي

مصلحة مشتركة وعادات وتقاليد، وحدة اللغة والثقافة وتشابه الأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية

الرأي العام العربي، الإفريقي ، الأوروبي.

خامساً: الرأي العام العالمي

رأي الشعوب وليس رأي الحكومات . الجمعيات الدولية غير الحكومية التي تستثيرها الأمم المتحدة مثل جمعية الصليب الأحمر وجمعية الهلال الأحمر وغيرها .

سادساً : الرأي العام الإئتلافي

التصنيفات وفقاً لعنصر الزمن

أولاً: المستمر (المتوارث أو التقليدي)

الرأي العام الكلي أو الإجتماعي – الثبات والإستقرار وهو وليد التفاعل بين الفرد مع مقومات الجماعة . يرتكز على الدين أو العقيدة ، ويكون طويل الأمد- أستاتيكي (رأي غير متحرك).

ثانياً:الرأي العام المؤقت

يوصف متغير – ديناميكي – (نشيط أو متحرك) يعتمد على التمحيص أكثر من اعتماد على العادات والتقاليد – مثال : آراء الأحزاب السياسية أو الجماعية التي تربطها أيولوجية وإطار فكري معين – يظهر في ظروف معينة عندما تتأثر قضية معينة بمبادئ الجماعة،

ثالثاً : الرأي العام اليومي

يتأثر بمجريات الأمور والحوادث اليومية مثل وسائل الإعلام اليومية –الشائعات والمصالح المباشرة للناس.

التصنيفات طبقاً للمستوى الثقافي (أي درجة التأثير بالدعاية)

عندما يقول علماء الإجتماع أن الرأي العام ليس هو مجرد حاصل جميع أحكام الأفراد متفرقة ولكنه تنظيم ينتج عن عملية الإتصال والتفاعل بين هؤلاء الأفراد فإنما هم يعبرون عن القوة الجمعية للرأي بإعتبارها طاقة تؤدي الى المشاركة والتعاون في العمل حتى يمكننا القول بأن الرأي العام هو حاصل ضرب أحكام الأفراد في إطار الموقف السياسي والإجتماعي ولكن هذه القوة التنظيمية تؤدي إلى تقسيم العمل وتوزيع الأدوار.

فهناك القادة والزعماء والدعاة والمفسرون والمتحدثون والأتباع والمؤيدون والخبراء والمتخصصون.

وعلى هذا النحو يمكن رصد ثلاث درجات من الرأي العام لمدى تأثيرها بالدعاية وهي : الرأي العام القائد والرأي العام المستنير، والرأي العام المنقاد.

أولاً : الرأي العام القائد (أو النخبة)

الرأي العام القائد قوامه قلة من الصفوة أو النخبة الممتازة، وهي التي تقود المجتمع وغالبا ما تقوم بإتخاذ القرارات السياسية المتعلقة بشؤونه ، وتوجه الرأيس العام بطريقة مباشرة وأساسية كالحكومة أو البرلمان أو زعماء الاحزاب السياسية أو كبار رجال الصحافة والإعلام وقادة الفكر.

ثانياً : الرأي العام المستنير(النابه)

يتكون من غالبية المتعلمين والمثقفين والفنيين ورجال الأعمال وغيرهم من الذين يقومون بخلق مناخ الرأي العام في بلادهم . ويختلف حجمه حسب درجة التعليم في المجتمع وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم كما أنه يتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه.

ثالثاً: الرأي العام المنقاد (أو النساق)

وهو رأي السواد الكبير الذي ينقاد لما يوجهه الرأي العام القائد والمثقف وتؤثر فيه أجهزة الإعلام والدعاية ويتقبل الشائعات وهذا: عادة رأي الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة وهذا ينقادون تماما لما يصل إليهم عن طريق التوجيه والدعاية والاعلام وينفعلون بكل ما ينشروينذاع ويقال.

التصنيف طبقاً لحجم معتنقي الرأي العام

لا إذا قلنا أ حجم الجمهور الذي يعتنق أو يشايح رأياً معيناً هو الذي يضيف صفة العمومية على هذا الرأي. لا أنه إذا ظل محضوراً في نطاق فإنه يبقى رأياً فردياً، ولن يتحول إلى رأي جماعي إلا إذا تشيع له عدد من الأفراد. وحينذاك يصبح هناك رأي ساحق، ورأي للأغلبية، ورأي للأقلية.

أولاً – الرأي الساحق

هو رأي أكثرية الجماعة ويتكون غالباً نتيجة لاندفاع الجماهير وحماسها الشديد إزاء مسألة معينة. ونادراً ما يكون الرأي الساحق نتيجة الدرس والبحث والروية.

ثانياً: رأي الأغلبية

هو تجمع وتكرر الرأي الشخصي لأغلبية الجماعة أي أنه يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة ويجب أن توجه النظر إلى المقصود ليس الأغلبية الحسائية والعديدية بل الأغلبية الفعالة ذات التأثير فربما كان من الآراء الفردية في الجماعة رأي أو آراء تتميز بالاستنارة وتمتلىء بالثقة والإمان وتتسم بالديناميكية والفاعلية وقوة التأثير حيث يترتب على هذا كله أن يتم أستقطاب آراء الجماعة كلها حول ذلك الرأي بحيث يتبناه أكثر من نصف الجماعة.

ثالثاً : رأي الأقلية هذا الرأي يمثل ما يقل عن النصف في الجماعة، ولكن ليس معنى ذلك أنه بلا قيمة فقد يضم رأي بعض الصفوة. ولا ينبغي أن توحى كلمة "أقلية" بعدم الأهمية فعادة ما كان رأي الأغلبية رأي أقلية ذات يوم، وما كان رأياً للأقلية بالأمس يحتمل أن يصبح غداً رأياً للأغلبية.

رابعاً: الرأي العام الإئتلافي

وهو رأي مجموعة من الإتجاهات التي تربطها مصالح مشتركة إزاء مشكلة ما خلال فترة زمنية معينة وقد ينتهي الإئتلاف بإنهاء الموضوع أو المشكلة.

القيادة والزعامة

هناك نوعان من القيادة

النوع الأول:

القائد المهرج أو الطاغية، ويصل إلى الحكم عادة في أوقات الأزمات العنيفة وبخاصة الأزمات الإقتصادية حيث يعم الناس، يستغل الناحية النفسية والعقلية للجماهير وتعاون بعض القوة معه.

وسرعان ما ينقلب هذا القائد ويفصح عن حقيقة أمره، فيحكم بالحديد والنار، ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته، أو رغبات أسياده المختلفين وراء الستار والإتهام (الطاغية) (المهرج) من القادة يعتبر الشعب وسيلة لا غاية، وهو في الوقت نفسه يحتقر الجماهير ويخافها ويسوقها ولا يقودها ويخدعها ولا يخلص لها.

والرأي العام في ظل هذه القيادة لا وجود له، فالنقاش محرم.... مثال: هتلر

أما النوع الثاني :

فهو الزعيم الذي يأتي بالإختيار الديمقراطي السليم بالإدارة الكاملة للشعب ذلك أن القيادة الحقيقية هي الإستجابة لمطالب الشعب والتعبير عنها وإيجاد الوسائل لتحقيقها ويأمن بالعلم والتجربة.

القائد:

أما تصنيفات القيادات:

1- **القيادة الفردية:** تقوم على شخص واحد مستبد، ويؤخذ على القيادات الفردية أن بطبعة غير معصوم من الخطأ، وأن تركيز السلطة في يد واحد يغري عادة بإساءة استعمال هذه السلطة وبالاستبداد في إتخاذ القرارات التي تتصل بمستقبل الأمة كلها.

2- **القيادة الجماعية:** تتولى فيها القيادة جموع الأمة الممثلة في أحزابها وقاباتها وجمعياتها المختلفة.

ويزدهر الرأي العام في الأمة إزدهاراً كبيراً في ظل الزعامات الديمقراطية الضاربة بجذورها في أعماق الشعب بما تحققه هذه الزعامات من تفاعل مستمر مع جموع الشعب.

الزعيم:

هو الشخص الذي يمارس نفوذاً على عدد من الناس وقد عرفه ليندلمان: أنه الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشاعره بإعتبار أساساً للعقيدة والسلوك. فالزعامة هي قيادة الجماهير، والتأثير في معتقداتها وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة.

الفرق بين الزعيم السياسي والقائد الدهمائي:

- **الزعيم السياسي** يدافع عما يعتقد أنه الأفضل بالنسبة لبلاده، بغض النظر عن التأييد الفوري العاجل في الجماهير.

- **القائد الدهمائي** يهتم بالمصالح الوقتية، ويقدم ما يظن أنه يغري الجماهير ويحبه إليها بصرف النظر عن الآثار السياسية والإقتصادية البعيدة.

وتساهم القيادات التاريخية ذات الشعبية (رأي ذات الهاله أو الكاريزما) تلعب دوراً مهماً في تعبئة الجماهير وإستنفار الناس وتوجيه الرأي العام في الأقطار النامية.

(نلسون مانديلا)

فقيادة الرأي العام ليست عملية فردية دائماً، وانما هي عملية إجتماعية تضغط على بعض الأفراد النابهين وتضطرهم إلى أن يترجموا ويعبروا عنها أحسن تعبير..

خصائص الرأي العام:

- 1- يمثل سلوكاً جمعياً ظاهراً أو كامناً.
- 2- تعبير مادي أب رد فعل وإستجابة لمثيرات معينة (أحداث، خطب، كلمات).
- 3- يتسم بالثبات النسبي والاستقرار النسبي إلا اذا وقعت احداث مهمة.
- 4- يكون انفعالياً ومضلاً حينما يؤسس على التضليل وغياب الحقائق في ظل المناخ غير الديمقراطي.
- 5- ومن خصائص الرأي العام أنه إذا تعرض لشيء من هذا القلق أو الصراع النفسي فإنه يلجأ للتخلص من هذا القلق . وهذا التوتر النفسي لا شعورياً بالغلثاء إلى العمليات العقلية واللاشعورية التي تعود الفرد استغلالها للتخفيف من قلقه مثل الترميز والتبرير، والإبدال والتعويض، والاسقاط، والتقمص والاتفاق.

ولعل من أهم هذه الخواص العقلية والنفسية المتصلة بعملية التفكير هي ركون العقل إلى الإستعانة الرموز والانماط والتجسيد وميله إلى التبرير والإبدال والإسقاط والتحويل وغيرها واستغلالها في الدعاية في محاولة السيطرة على عقول البشر.

1- **الترميز**: هو أساس عملية التفكير والإتصال بالآخرين بوجه عام، ليصبح التفاهم ممكناً من خلال تبسيط مجموعات التباين الموجودة بين الأفراد في عالم التجربة (اللغة- الأرقام-التصورات : رموز عقلية ميوهه تدفعها التجارب اليومية إلى عالم الشعور)

وتتمثل هذه الرموز في عبارات واشياء واشخاص تحظى بالاحترام ومن أمثلة هذه الرموز المبجلة (الإعلام، المتناطق التاريخية، الأضرحة، وبعض العبارات والأناشيد والاعاني والأشخاص).

الترميز: التبسيط للتفكير وتنظيمه ما يجعلها ذات قيمة عاطفيه كبيرة لدى المستخدمين مثال (الصليب المعقوف، السلام النازي، والأعلام والأناشيد والأزياء الرسمية والشعارات، والماركات، والاساطير التي تتذاء عن بعض المشاهير من الأحياء وليس من الأموات فقط.

2- **التنميط**: الأنماط رموز تستخدم على نطاق واسع في عملية تكوين الرأي العام حيث تصبح الأمثلة الشعبية والشعارات والأغاني والتعابير والتماثيل والإعلام رموزاً متداولة في المجتمع وتتبع الأنماط الشائعة من خاصيتين نفسييتين أساسيتين هما: خاصية تحويل المجردات إلى محسوسات وخاصية التبسيط. وأما استخدام الأنماط في عملية التفكير ضرورة يلجأ إليها العقل لتبسيط تخزين المعلومة وتنظيمها وإسترجاعها عند الحاجة وتعبير الأنماط عادة عن مجموعة من الأفكار السابقة المكتسبة من حضارة الجماعة والتي جمدت مع الزمن. مثل الأنماط الشائعة التي تستخدم في مجال إبداء الرأي للإشارة إلى جماعات أو

طبقات معينة، أو إلى طابع معين في الأشخاص أو الشخصيات أو الثقافات أو الأفكار....مثال (الهلال والصليب)

أما مزايا التنميط فهي:

سهولة التذكر وسهولة الترويج وسهولة الإثارة والتهيج، وخاصة للجماهير القليلة الحظ من الثقافة .

وهذه المزايا نفسها هي التي تجعل فيها سلاحاً خطيراً في الحملات الدعائية بصفة عامة.

التنميط :

الأنماط هي رموز تستخدم على نطاق واسع في عملية تكوين الرأي العام، حيث تصبح الأمثلة الشعبية والشعارات والجمال الشائعة والأغاني والتصاووير والتماثيل والإعلام رموزاً عامة متداولة في المجتمع.

وتتبع الأنماط الشائعة من خاصيتين نفسييتين أساسيتين هما:

1- خاصية تحويل المجردات إلى محسوسات

2- وخاصية التبسيط.

فاستخدام الأنماط في عملية التفكير ضرورة يلجأ إليها العقل لتبسيط تخزين المعلومة وتنظيمها واسترجاعها عند الحاجة.

وتعتبر الأنماط عادة عن مجموعة من الأفكار السابقة المكتسبة من حضارة الجماعة والتي جمدت مع الزمن وما يهمننا هنا الأنماط المتعلقة ببلورة رأي عام، أي تصنيف الجماعات والأفراد الغربية عنا طبقاً لهذه الأنماط الجامدة، ومعاملتهم على أساس أحكامها

بدلاً من معامتهم على أساس الحقيقة المكتسبة من المعرفة والتجربة الشخصية، أو معنى آخر على أساس موضوعي خالص.

ومن أمثلة ذلك في مجتمعنا العديد من الأمثال الشعبية والعبارات التي تستخدم في غير موضعها لتشويه صورة بعض القوميات أو الأجناس أو حتى بعض فئات المواطنين.

ومن مزايا استخدام الأنماط سهلة التذكر وسهلة الترويج وسهلة الإثارة، والتهيين وخاصة للجماهير القليلة الحظ من الثقافة، وهذه المزايا نفسها هي التي تجعل منها سلاحاً خطيراً في الحملات الدعائية بصفة عامة.

التجسيد- من الخواص الملازمة لعملية التفكير، ومنذ بزوغ الإنسانية يجسد الإنسان قوى الطبيعة في أسكال مختلفة وفي الفنون والآداب الشعبية يشمل التجسيد كثيراً من المجردات كالقيم الأخلاقية والعدالة والحرية والقانون.

ومثل القرآن الكريم : بسم الله الرحمن الرحيم " مثل الذين ينفقون أموالهم في سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل في كل سنبلة مائة حبة والله يضاعف لمن يشاء صدق الله العظيم (البقرة، آيه:261).

التبرير:

بمعناه الواسع تعليل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل مع ان أسبابه الحقيقية إنفعالية، أما الأبدال فيحدث حيث تجد الحالة الإنفعالية عائقاً في موضوعها، أو قد تتحول إلى موضوع آخر يغلب أن يكون به بعض الشبه أو الصلة بالموضع الأول فالإنسان عندما تكون له رغبة معينة يصعب عليه تحقيقها، أنه يلجأ إلى تحقيق رغبة بديلة لتقوم مقام الرغبة الأولى الصعبة التحقيق وعادة تكون الرغبتان متشابهتين في بعض الوجوه.

التعويض :

فهو الظهور بصفة ما يقصد تغطية صيغى أخرى. والصفة الظاهرة في العادة صفة غير مقبولة، ويكون هناك في الغالب شيء من المبالغة في الصفة الظاهرة. ووظيفة المبالغة هي الوصول بعملية التغطية الى درجة النجاح.

الإسقاط:

في علم النفس-وتفسير أعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا فالشخص الذي يشعر ببعض العيوب يسقطها على غيره وينسبها له.

التقمص :

فهو عكس الإسقاط، حيث أن الفرد يمتص مجموعة من صفات شخص يعجب به امتصاص هذه الصفات يتضمن الحسن منها والسيء فالفرد يقلد-دون أن يشعر- حركات أستاذه الذي يعجب ب، ويقلد أسلوبه في الخطابة والإلقاء والمعاملة، وأسلوب المناقشة وغير ذلك.

الإتفاق :

فهو أن يحاول المرء الإتفاق مع قوالب المجتمع لأنه إذا خرج عليها تعرض لعقاب المجتمع الذي يتراوح بين الإتجاه السلبي إزاء تصرفاته كالإحتقار مقلا أو العقاب الإيجابي الذي قد يصل إلى حد الإعدام أي بتره من المجتمع إذا اعتدى اعتداء صارخا على مقدسات هذا المجتمع زز وعلى ذلك يميل الفرد دائما الى الاتفاق مع رأى المجتمع فنحن ننشأ ونجد أننا نميل لا شعوريا الى رأي الأغلبية.

وغالبا ما يحدث أن تتفاعل أكثر من عملية من تلك العمليات اللاشعورية في وقت واحد. ففي أثناء عملية الاسقاط مثلا تحدث في الوقت نفسه عملية تقمص وفي أثناء عملية التبرير تتضافر معها عوامل إجتماعية أخرى (كعامل الحضارة أو دور الزعيم أو

الحوادث..الخ) أي أن العوامل العقلية اللاشعورية تتضافر هي الأخرى وتتفاعل مع العوامل
الإجتماعية لخلق إتجاهات الرأي العام.

المحاضرة الخامسة: دور الإعلام في توجيه الرأي العام:

يشكّل الرأي العام قوة كبيرة ومؤثرة في عالمنا اليوم، حتى أصبح الكثيرون من الناس مسؤولين وأصحاب قضايا، وحتى أناس عاديون يلجؤون إليه بصفته عامل ضغط لنصر قضاياهم؛ وذلك لأنّ الأحكام التي تصدرها الجماهير من الصعب التصدي لها أو التأثير فيها، وهذا ما يدفع الكثير من الجهات سواء الحكومية أم غير الحكومية إلى محاولة توجيهها بما يخدم مصالحها ويحقق أهدافها، ولمّا كان الإعلام أحد الوسائل والأدوات المؤثرة في أفكار الناس ومشاعرهم وفي تكوين وعيهم وتوجيهه بات دوره واضحاً في توجيه الناس نحو رأي معين عن قضية من القضايا التي تشغل العالم في وقت ما.

دور الإعلام في توجيه الرأي العام

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم محط اهتمام الكثير من الدارسين في مجال الاتصال والعلوم السياسية والاجتماعية، وذلك بعد أن تبين الدور الكبير الذي تقوم به هذه المواقع في الكثير من الأحداث التي وقعت في العالم، خصوصاً الأحداث السياسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، وخاصة تلك التي وقعت في العالم العربي، والاحتجاجات الاجتماعية التي غلب عليها طابع المشاركة الشبابية. تلك المشاركة التي كانت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز آلياتها ووسائلها في الحشد والتنظيم والتعبئة، وكذلك بسبب مميزات الكثير، خصوصاً سهولة الانتشار والاستخدام وسرعة هذه الوسائل في تداول المعلومات. وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من المفاهيم المرتبطة بالمجتمع الافتراضي الذي ذاع انتشاره بشكل يستدعي الانتباه، إذ ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي منذ أن أصبح الأنترنت بتفاعلاته جزءاً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات.

استطاع الأنترنت، وخاصة أجهزة الحاسوب في نهاية القرن العشرين ومطلع القرن الواحد والعشرين، أن يلعب دوراً رئيسياً وأساسياً في إحداث تغيير شامل على مختلف مناحي الحياة، من خلال دورها الفاعل في شتى المجالات كالهندسة والطب والعلوم والفضائيات والتنمية

والاقتصاد، ويجمع العلماء والمختصون على أن إنشاء شبكة الأنترنت يعد من أهم وأبرز إنجازات تكنولوجيا تحقق في ظل ثورة الاتصالات، إذ استطاعت أن تلغي كل المسافات والحدود الجغرافية والاطلاع على الأخبار فور وقوعها وتبادل المعلومات والتواصل اجتماعيا وسياسيا وثقافيا واقتصاديا.

تطورت شبكة الإنترنت مع منتصف التسعينيات، وبدأت تنتشر في دول العالم بعد أن كانت فكرة حكومية عسكرية، وأصبح حجمها يزداد مع الاقبال الشديد عليها من المؤسسات التعليمية والأكاديمية ومراكز الأبحاث والشركات، وحطمت في زمن قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصال الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين، واجتاحت العالم ولعبت دورا محوريا في تطوير كل القطاعات التي دخلت عليها والارتقاء بها سواء من حيث التعليم أو الأبحاث في مختلف العلوم والمجالات أو التسويق أو التجارة أو الصحافة أو الاعلام، أو في ما يتعلق بالترابط الاجتماعي والعلاقات بين الناس من خلال العديد من الوسائل الحديثة. وتعتبر في هذا السياق الوسائل الإعلامية الجديدة والمواقع الإعلامية وأدوات الاتصال التفاعلي على شبكة الانترنت، مصدرا أساسيا من مصادر المعلومات والكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة والتأثير، واتساع دائرة التعبير عن الرأي العام، ولذلك فإن الاعلام الجديد تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة، وهو الذي يتحول فيه المشاهد والمستمع إلى مستخدم وفاعل. والإعلام الجديد إذا هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط ليؤدي أدوارا جديدة كليا لم يكن بوسع الاعلام التقليدي تأديتها. ولقد عزز ظهور الشبكات الاجتماعية في ظل هذه الثورة في مجال الاتصالات، الطابع الشخصي لأنها تمكن من تخطي حاجز المسافة التي كانت تعيق من قبل عملية التواصل بين الأفراد، من خلال تشكيل مجموعات افتراضية على الشبكة العنكبوتية والتي تمتد عبر الواقع منتجة علاقات فعلية تركز الروابط التي تجمعها لأغراض متعددة. ومع تنامي اعتماد الأفراد على الانترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من تصفح البريد الالكتروني ثم المنتديات

وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات حتى ظهرت الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك وتويتر وماي سبيس واليوتوب وانستغرام وغيرها. ووفرت هذه المواقع الاجتماعية للمستخدمين بيئة تفاعلية افتراضية، واحتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام وعقول مختلف الفئات العمرية، دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والثقافية والاقتصادية، وأصبح بمقدور الفرد لا أن يتبادل فقط، بل أن يشارك ويشكل بنية وبيئة الآخرين بنفسه، وهو ما يعد أقصى حالات المشاركة الاتصالية والاجتماعية ليمتدح الاتصال الذاتي والشخصي والجماهيري في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد.

تجاوزت مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية، الأفق الذي أنشئت من أجله والمتمثل في التواصل بين الأفراد والجماعات، وأصبحت منفتحة على تدارس الطابوهات والقضايا السياسية من خلال العمل على تداول المعلومة السياسية على نطاق واسع، إلى جانب جمع العديد من الحشود الغفيرة قصد تأييد أو رفض أو مناهضة قضية ما، وتتبع خطوات الفاعل السياسي والحزبي، كما بات هو الآخر يستخدمها لتمرير رسالته أو مخاطبة الرأي العام، سواء في حملات انتخابية أو قرارات حكومية وغيرها وهذا هو الأمر الدال على كون شبكات التواصل الاجتماعي، لعبت دور الأوعية الالكترونية والعوامل الرقمية التي دشنت أشكالاً جديدة من الاحتجاج و التعبئة.

وحملت شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي أساليب جديدة على مستوى طرق وسبل تواصل الافراد والجماعات وتجاوزت بذلك وسائل الاعلام التقليدية التي لطالما كانت أداة الحركات الاحتجاجية قبل ظهور هذه التكنولوجيا الجديدة، كما أن هذه المواقع أسهمت بقوة في رفع منسوب الوعي لدى الشعوب، ومنحت الناس الثقة بنفسها أنها قادرة على إحداث التغيير، وأفرزت قيما جديدة لعل أهمها على الإطلاق القبول بالآخر وتنوعه واختلافه وتباينه ما دامت المطالب موحدة والمصير مشترك. وأحدثت التحولات التي عرفتتها هذه المواقع تغييرات مهمة جدا على المستوى الاجتماعي على الصعيد المحلي والعالمي، وذلك بما تتيحه من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، بحيث لم تعد هذه لوسائل الاعلام التقليدية القدرة على

إحداث هذا التغيير، بل تقف عاجزة أمام التأثير المباشر والفعال لشبكات التواصل الاجتماعي. بزغت وسائل التواصل الاجتماعي، كقنوات بالغة التأثير، متيحة بذلك للشعوب فرصا أكثر تأثيرا وقربا من خلال قدرتها في التعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية وحشد وتنظيم صفوفهم للتغيير والإصلاح، إذ ليست موجهة فقط ضد الأنظمة غير الديمقراطية، ولكن صارت قريبة من تفاصيل أمور أخرى تمس حياتهم اليومية مثل غلاء الأسعار وحقوق الانسان والمشاركة السياسية ومحاربة الفساد والعنف الأسري.

أدى ظهور الإعلام التفاعلي (وسائل التواصل الاجتماعي)، إلى تغيير الكثير من المفاهيم المرتبطة باستخدامات وسائل الاعلام والاتصال، من وسائل ترفيه في رتبة الكماليات إلى أدوات فاعلة في صناعة الرأي العام وتحويل النمط الاجتماعي السائد، لقد تحول دورها تدريجيا وتعاضمت وظيفتها في صناعة المعرفة ونشر المعلومة، وباتت تهدد الأنساق الاجتماعية السائدة وفرضت رؤيتها في تغيير شكل ونمط العلاقات الاجتماعية، ولقد بات الفرد داخل هذه الوسائط متلقيا ومرسلا في ذات الآن فهو محتمل أن يكون مشاهدا كما هو محتمل أن يلعب دور المرسل أو الشاهد. قد يمتلك الصورة الوحيدة حول الموضوع ويوثق اللحظة أو يصنع الحدث، وهو ما يؤكد دور الاعلام التفاعلي في بناء الحقائق الاجتماعية. إن هذا النوع من الاعلام الجديد كما يطلق عليه البعض، لم يسهم فقط في بروز فرع في الاعلام إحدى خواصه الكبرى التفاعلية والآنية، وتقاسم المعلومة على نطاق واسع، بل أسهم في ظهور أشكال جديدة لم تعد ترتكن إلى مفهوم البنية باعتبارها تأطيرا ثابتا، بقدر ما باتت ترتكز على مفهوم البيئة، باعتبارها فضاء افتراضيا تعمل بداخله كل أنماط العلاقات والتأملات والسلوكيات والتفاعلات والتعبيرات، دونما قدرة كبيرة من لدن السلطات العمومية على كبحها أو إعاقتها وإعمال القوانين والتشريعات للحد من مداها، أو تحجيم التجاوزات التي قد تبدو لها كذلك من منظورها.

لم يعد يخفى على أحد أن شبكات التواصل الاجتماعي باتت تشكل مساحة مفتوحة إضافية للعاملين في السياسة في جوانبها كافة، مهما كان الحدث السياسي، وإذا كان السياسيون بشكل خاص يستغلون الاعلام لإيصال رسائلهم منذ أن وجد العمل السياسي، فقد بدأت العملية اليوم

تأخذ أبعادا مختلفة من خلال شبكات التواصل، خصوصا منذ أن فاز باراك أوباما في عام 2008 بالانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، بعد حملة استغلت فيها وسائل التواصل الاجتماعي بشكل جيد وكان لها دور أساسي فيها. وصار اللجوء إلى هذه الوسائل في الحملات الانتخابية من المسلمات، عبر استثمار المساحات الافتراضية التي تتشكل منها مجموعات حقيقية من الناخبين لتغزو مساحات فعلية لإقناع المستخدمين ومحاولة تغيير وجهات نظرهم، إما شرعيا بشكل واضح أو بشكل غير شرعي كما حصل مع شركة كامبريدج انالتيكا التي استغلت فيسبوك للتأثير في سلوك الأفراد.

لاشك أن شبكات التواصل الاجتماعي من الممكن أن تكون وسيطا فعالا في التأثير وفي زيادة الوعي السياسي وفي تغيير بعض القضايا، التي تقيد العامل في مجال السياسة وفي الإضرار به أيضا وفضحه. كما أن السياسيين يبعثون استراتيجيات مختلفة للتواصل، فبعضهم يستثمر في عدة منصات، ويبقى فيسبوك وتويتر أهمها. هذه الاستراتيجيات للتواصل المختلفة بطبيعتها مفتوحة وتحاكي الجمهور نفسه وتتوجه على الأغلب إلى الناخبين الناشطين في الشبكات الاجتماعية، والذين يستطيعون التأثير في الحملة والمشاركة من خلال نشر الأفكار، ومن الممكن أن تؤدي هذه الوسائل دورا في خدمة المرشحين ذوي الإمكانيات من خلال الإعلان عن برامجهم الانتخابية ومخاطبة الناخبين والجمهور عن طريق المنصات.

يعتبر الاعلام من بين أحد العناصر الأساسية للديمقراطية، لدرجة أنه يستحيل معه إتمام العملية الانتخابية الديمقراطية دون إعلام، ثم أن الانتخابات الحرة والنزيهة لا ترتبط فقط بالتصويت ومعرفة كيفية الإدلاء بالصوت، وإنما ترتبط كذلك بعملية تتسم بالتشاركية، إذ تشارك فيها الكتلة الناخبة وتتوفر لديها المعلومات الكافية حول برامج الأحزاب والمرشحين والمعلومة الانتخابية، حتى يكون الاختيار مبني على الوعي والمعرفة، وبالتالي فدور الإعلام والتطور الذي عرفه مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر فقط كقريب على العملية، بل يرتبط بالمشاركة في الانتخابات، وبانت الشبكات الاجتماعية عبارة عن فضاءات من خلالها المرشحون إلى رفع حظوظهم للظفر بأصوات الكتلة الناخبة، من جهة. ومن جهة أخرى شكل العالم الافتراضي أداة مهمة لتحسيس وتوعية الرأي العام الرقمي بأهمية الانتخابات والدعوة

إلى المشاركة فيها. ويمكن القول هنا أن المعارك الانتخابية انتقلت إلى الفضاء الإلكتروني وإلى استعمال وسائل الاعلام الرقمية، وهذا السلوك السياسي يعتبر موضوعا من بين المواضيع التي شكلت مدخلا رئيسيا لفهم وتفسير الدوافع والمواقف التي تساهم في بناء التماثل والمطالب والرغبات.

المحاضرة السادسة: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام:

في هذا الإطار، تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من العوامل المهمة والرئيسية التي ساهمت في العملية السياسية والحركات الاجتماعية، وكست حاجز الخوف والصمت الإعلامي في الوسائل التقليدية في العديد من الدول وخاصة العالم العربي، وتعتبر كذلك وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي وذلك عبر: متغيرات اجتماعية تتلخص في محورين هما تكوين الصداقات وعضوية الجماعات، أما المتغيرات السياسية فتتجلى في كون الشأن السياسي أصبح متغيرا أساسيا بالنسبة لهذه الشبكات والتي أسهمت في دمج التفاعلات السياسية بين عالمين، العالم الواقعي والعالم الموازي المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي المنتشرة عبر الفضاء الافتراضي. ويتجلى المردود البارز لشبكات التواصل الاجتماعي بوضوح من النواحي السياسية، ويمكن التذليل على ذلك في ثلاث نقاط:

1- تعبئة الرأي العام: تلعب الجماعات المنتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي دورا فعالا في تعبئة الرأي العام اتجاه القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فعلى سبيل المثال أصبحت هذه الشبكات مجالا للاحتجاج والحشد كما فتحت مجالا جديدا للدعاية السياسية وطرح برامج انتخابية وجمع التأييد.

2- ظهور المواطنة الافتراضية: فتحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت، حيث يصبح المجتمع الافتراضي مجالا لممارسة الحقوق والمطالبة بها.

3- تفعيل دور المجتمع المدني: تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث إن هناك العديد من المنظمات قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي وتعمل

على استغلال هذه الشبكات لزيادة عدد أعضائها ودعوة المستفيدين إلى برامجها. يستلزم التحليل الموضوع لإشكالية دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق وعي بالمشاركة السياسية والقضايا الاجتماعية مفاهيم ونظريات وأدوات تتناسب معها، على خلفية أن النظرية عبارة عن مجموعة مترابطة من المفاهيم والتعريفات والقضايا التي تكون رؤية منظمة للظواهر، عن طريق تحديدها للعلاقات بين المتغيرات بهدف تفسير العلاقة بين اهتمامات وأجندة شبكات التواصل الاجتماعي، كما تساعد النظرية على الفهم والتفسير والتوقع. يدرك المتأمل لواقع الدراسات والمنهجيات التي تتم في إطار التفاعلات الشبكية على المستوى الافتراضي أنها تستوجب تطوير منهجيات عملية ومداخل نظرية، تواكب التغيير السريع الذي يحدث في إطار التفاعل الافتراضي الاجتماعي، فكما أن تطور الشبكات الاجتماعية سريع، فإن تطور المنهجيات لا بد أن يتواكب مع هذه القفزة الحديثة، ويتمثل ذلك التحدي الأكبر أمام دراسات المجتمع الافتراضي بشكل عام، انطلاقاً من مداخل الهوية الافتراضية والرأس المال الاجتماعي للشبكات الاجتماعية وفق نظريات متعددة «المجال العام» و«المشاركة الديمقراطية» و«الاعتماد على وسائل الاعلام» والتأثير المحدود» و«الشبكات الفاعلة» وغيرهما من النظريات المفسرة للاتصال، ومنهجية تحليل المضمون الكيفي والتحليل البنوي للشبكات.

لاشك أن الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها ساهمت خلق مجال عام سهل تبادل المحتوى الإلكتروني كما أصبحت وسيلة للتعبير عن المطالب والرغبات والنقاشات السياسية كما حدث في العديد من دول العالم خلال فترات سابقة، لذا عملت الشبكات الاجتماعية على دعم المجال العام، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية هذه الشبكات في متابعة الأداء الحكومي من قبل الأفراد، والحصول على المعلومات السياسية وفهم الواقع السياسي بأبعاده المختلفة، إلى جانب تمكين المواطنين من اتخاذ القرارات بشأن القضايا أو المشاركة بفعالية في المناقشات السياسية.

تؤكد نظرية المجال العام لهابرماس، على أن وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام التفاعلي، تخلق حالة من الجدل بين الجمهور، وتؤثر على صناعات القرار والجمهير والنخب، ومنذ انتشار

هذه الوسائل والبعض يتحدث عن الديمقراطية الالكترونية والمجال العام الافتراضي، كمجال مشترك مفتوح لجميع الأفراد يتيح لكل فرد الوصول إليه للمشاركة والتفاعل مع الجمهور. وهنا نشير إلى نوعين من التفاعل، الأول يتم من خلال تفاعل المواطنين مع وسائل الاعلام عبر العملية التواصلية، والثاني يتم من خلال تفاعل المواطنين مع بعضهم البعض، بحيث يمكن أن يشتمل على محادثات بين شخصين أو أكثر. والمجال العام الافتراضي هو مجال مترامي في نظر عالم الاجتماع دهلغرين، هو مجال مترامي الأطراف، فالطبيعة التفاعلية للاتصال الالكتروني، والبناء اللامركزي للمجال الافتراضي وتزايد إمكانية الوصول إليه، دفع العديد من الباحثين إلى الإعلان عن عصر جديد من الاتصال السياسي. كما نجد أن الشبكات الاجتماعية لعبت دورا أساسيا ومحوريا في التعبئة السياسية للمواطنين وتشكيل الرأي العام والرأي العام الافتراضي، ابتداء من نموذج الانتخابات الامريكية 2008، ومرورا بالاحتجاجات الاجتماعية، ثم موجة الربيع العربي 2011، هو ما يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي خلقت مجالا عاما افتراضيا عمل على ظهور الحركات الاجتماعية والسياسية.

بالمقابل، تتميز المشاركة السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي داخل المجال العام، بالفعالية عبر محادثات سياسية افتراضية، أفرزت نوعا جديدا من التداول الديمقراطي قابل للتطبيق، كما أشار دهلبيرغ إلى أن هذا النوع من الديمقراطية «الالكترونية» سهل عملية التشاور العقلاني عبر المجال العام الافتراضي، التي نمت مع تطور شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إنها سمحت للمواطنين الاختيار بحرية بين العديد من البدائل التي يفضلونها، كما عززت من الحوار الديمقراطي وفتحت طريقا جديدا نحو المشاركة في القضايا العامة وزادت من الوعي السياسي لدى الافراد. ويمكن الوقوف هنا على البنية والمستويات التي تتشكل من خلال المشاركة السياسية الافتراضية من خلال المعرفة، التي تمثل أساسا للمشاركة في تفاعلات السياقات الواقعية، ثم الفعل كركن ثاني مكمل للمعرفة، فلا فعل بدون معرفة والمعرفة لا ترقى إلى مستوى المشاركة بدون فعل، والمقصود بالفعل هنا هو النشاط الذي يقوم به الشخص المتفاعل والذي يمتلك القدرة على النفاذ إلى التفاعلات للاشتراك في الموضوعات

المتباين للتفاعل عبر الشبكات الاجتماعية. والتفاعل كعنصر ثالث، من خلاله يتم تبادل المعلومات والمعارف فتكتمل المشاركة بتحويل الفعل أو النشاط إلى تفاعل، وقد يكون هذا الأخير مع الافراد أو يمتد إلى الجماعات مع الاخذ بعين الاعتبار أن تفاعلات ومشاركات المجتمع الافتراضي تقوم على أساس مشاركة الاهتمامات. يحث إذن، التفاعل الاجتماعي في العملية الاتصالية، مكانة بارزة عند علماء النفس الاجتماعي، ويشير إلى تلك العمليات الإدراكية والمشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانياً ومكانياً، ويكون سلوك طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر. كما شكل الاعلام التفاعلي أو ما يعرف بالإعلام الجديد محورا من محاور التعاطي الأكاديمي في مختلف المجالات السوسيولوجية، ذلك أنه اكتسب مكانة هامة في التعاملات الاجتماعية وساهم بقوة في إعادة رسم وتفكيك الأنساق الكلاسيكية للمجتمع، وكان له دور هام في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية وفق نمط غير تقليدي وأسس لمفاهيم نظرية أكثر تعقيدا.

وبات الانترنت اليوم ركيزة من ركائز الحياة اليومية، ودخل حياة كل فرد بالمجتمع، منهم من استقبل هذه التكنولوجيا فاتحاً لها بابه، ومنهم من أغلق الباب في وجهها غير آبه لكل ما تقدمه من تسهيلات وتقنيات حديثة. وأياً يكن من أمر، فإن هذه الظاهرة تتوسع في العالم العربي يوماً بعد يوم.

وتتميز الإعلام الالكتروني ببروز دور الفرد كفاعل في صياغة وتشكيل وانتشار هذا النوع الجديد من الاعلام، وظهرت الشبكات الاجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة مع امكانية تجاهل المصدر والقدرة على التحول من الاحتجاج الشخصي إلى توجيه الرأي العام والحشد عبر مجموعات او صفحات على "الفيس بوك". وخصوصاً مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام وبين المستوى الداخلي والمستوى الدولي.

لقد أصبح للشبكات الاجتماعية دور في التعبير عن الاتجاهات والأفكار كافة داخل المجتمع في ظل حوار تكون ركيزته الندية بين الفرد والنخبة والجماهير، ولم تعد النخبة تمارس دورها المعتاد في صياغة الرأي العام وتشكيله وتعبئته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها. وأصبح للفرد دور في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية. وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جاذبة يستخدمها العديد من النشطاء بعد أن اتسع عدد المشاركين وحجم القضايا والاهتمامات بعد ثورة 25 يناير حيث وصل عدد مستخدمي الانترنت في مصر إلى 35 مليون مستخدم، و9 ملايين مستخدم للشبكات الاجتماعية، و80 مليون مستخدم للمحمول. ومن ثم تحولت الشبكات الاجتماعية من مجرد وسيلة لنقل الخبر أو التعليق عليه إلى وسيلة لها دور في معالجته ومتابعته وإثارة ردود الأفعال حوله مع القدرة الهائلة على الانتشار، وفي بعض الأحيان يتم نقل الأخبار عن الصفحات ومؤسسيها علي الفيس بوك إلى الصحف الورقية والبرامج الفضائية بما يزيد من حجم تأثيرها وانتشارها. وأصبح بإمكان أي شخص لديه دراية بصنع مادة إعلامية القيام بعكس وجهة نظره وتحيزاته، خصوصاً في ظل التطور الهائل في نقل الصور ومقاطع الفيديو واستخدامها عبر الشبكات الاجتماعية.

-وسائل التواصل الاجتماعي

ما هي وسائل التواصل الاجتماعي ذات الصلة؟ ما هي مواقع التواصل الاجتماعي؟ ما هي شبكات التواصل الاجتماعي؟ ما هي أهمية وسائل التواصل الاجتماعي؟ ما فوائد شبكات التواصل الاجتماعي؟.

بعد أن تطوّر وبُسط استعمال الإنترنت، وبعد أن برزت هذه الشبكة كإحدى أهم وأبرز الوسائل والأدوات القادرة على ربط كافة أنحاء العالم وبقاعه وسكانه ببعضها البعض، ما جعل العالم وكأنه قرية صغيرة، ظهرت ما تعرف بوسائل التواصل الاجتماعي التي حولت العالم من قرية صغيرة إلى شارع صغير، لما أصبح لها من أثر كبير على العالم. فقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير العلاقات بين البشر والارتقاء بهذه العلاقات لدرجة تلغي أية حواجز قد تتكون بينهم لسبب أو لآخر، فوسائل التواصل الاجتماعي هي واحدة من أكثر الأمور وأوسعها

انتشاراً في العصر الحالي. يشير هذا المصطلح "وسائل التواصل الاجتماعي" إلى استعمال التكنولوجيا في عملية تحويل الاتصالات من مجرد اتصالات عادية إلى تفاعل على كافة المستويات والصعد، وقد تم تعريفها على أنها التطبيقات التي تعتمد في عملها على وجود شبكة الإنترنت، والتي يتم بناؤها على القواعد والأساسات التكنولوجية.

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل والتفاعل بين المستخدمين، وبشكل كبير جداً نظراً إلى أنه بإمكان المستخدمين أن يقوموا بنشر أفكارهم وصورهم ومقاطع الفيديو التي يودون نشرها بالإضافة إلى المقاطع الصوتية وأي شيء يريدي الإنسان أو المستخدم أن ينشره، وتتيح أيضاً تفاعل المتلقين لهذه المنشورات معها، بالتعبير عن إعجابهم وإمكانية تعليقهم عليها بالإضافة إلى إمكانية إعادة نشرها، وهذه الثلاثة وسائل من وسائل التفاعل هي متعلقة بشبكة الفيس بوك للتواصل الاجتماعي وهي نفسها متواجدة بالشبكات الأخرى ولكن أشكالها متغيرة من شبكة إلى أخرى. من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي وأشهرها وأكثرها انتشاراً هي شبكة الفيس بوك وشبكة تويتر والإنستغرام والوجل بلس واللينكد إن وغيرها العديد من الشبكات، ومن هذه الشبكات ما هو متخصص في مجالات محددة، فمثلاً هناك الإنستغرام متخصص بنشر الصور أما اللينكد إن فهو متخصص في السير الوظيفية وعالم الأعمال، في حين أن شبكتي الفيس بوك والتويتر والوجل بلس من الشبكات العامة التي تستعمل في كافة المجالات والأمور. هناك من ينظر نظرة متحفظة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يرى البعض فيها أنها وسيلة من وسائل الإفساد، ولا يرون أي جانب مضيء لها، في حين يرى قسم آخر من الناس في مواقع التواصل الاجتماعية وسيلة من وسائل التنفيس عن الأحقاد والمشاعر المكبوتة والمختلفة والتحرش بالآخرين وخصوصاً الفتيات وغير ذلك من الأمور، إلا أن هاتين النظرتين لهذه المواقع والوسائل فيهما حدية كبيرة وهما قطعاً نظرتان خاطئتان، فوسائل التواصل الاجتماعية لها فوائد أكثر من أن تعد أو من أن تحصى فلماذا لا ينظر إليها من هذا الجانب؟.

المحاضرة السابعة: (تابع) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

يحتاج الناس إلى التّواصل فيما بينهم لمعرفة أخبار بعضهم البعض والاطمئنان فيما بينهم، فالإسلام وصّانا بصلة الرّحم والتّواصل لما لهذا من أهميّة لزيادة التّرابط بين أبناء المجتمع الإسلاميّ الواحد، وتحقيق النّكافل بين الأفراد، وتعزيز الشّعور ببعضهم البعض. في الزّمان القديم كانت مظاهر صلة الرّحم هي الزّيارات والتّواصل المباشر، ومع أهميّة هذه الطّريقة في التّواصل إلّا أنّها تكون مريحةً للأشخاص القريبين من بعضهم، بينما الأشخاص الذين يقطنون في المواقع البعيدة فإنّها تصعب عليهم ولربّما تمرّ الشّهور والسّنوات دون حدوث تواصل فيما بينهم بسبب تباعد الأماكن. التّكنولوجيا والتّواصل الاجتماعيّ مع تطوّر وسائل التّكنولوجيا واختراع الهاتف الذي ربط المواقع البعيدة والأشخاص البعيدين معاً، سهّل ذلك التّواصل وإمكانية معرفة الناس أخبار بعضهم البعض بسهولة، لكنّ هذه الطّريقة في التّواصل أصبحت تدريجيّاً تحلّ محلّ الزّيارات والتّواجد الشّخصيّ، ويعتبر ذلك أمراً سلبياً.

واستمرّت سلسلة التّطوّرات التّكنولوجيّة الهائلة إلى أن وصلت إلى استخدام الإنترنت في التّواصل، فأصبحت هذه الطّريقة منتشرةً فلم يعد التّواصل عبر الصّوت فقط، وإنّما توقّرت إمكانية مشاهدة الصّور والفيديو ومتابعة تفاصيل الحياة بشكلها الطّبيعيّ، فيستطيع شخص في أستراليا مثلاً أن يشارك عائلته التي تقطن في الأردنّ كلّ لحظة من حياتهم بالصّوت والصّورة. وتمّ إنشاء صفحات التّواصل الاجتماعيّ مثل الفاسبوك والتّويتير والإنستجرام التي ربطت العالم ببعضه البعض، ومكّن الناس من التّواصل فيما بينهم، ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وإنشاء العلاقات الجديدة وتوطيد العلاقات السّابقة، فهذه المواقع تستطيع تعريف الناس ببعض البعض كما أنّها تذكر الأشخاص بالمناسبات التي تكون لدى الأصدقاء. ومواقع التّواصل الاجتماعيّ تقربّ وجهات النّظر، وتعتبر وسيلةً لتبادل الأفكار والمعلومات والمعارف، وتنمية المهارات والأفكار الإبداعية، بالإضافة إلى التّعرف على ثقافة الشّعوب الأخرى، ممّا يؤدي إلى تنمية المجتمعات وتطوّرها. سلبية مواقع التّواصل الاجتماعيّ ولكن مع كلّ هذه الامتيازات والفوائد لمواقع التّواصل الاجتماعيّ إلّا أنّها إذا استخدمت بطريقة سلبية وبصورة خاطئة ينعكس ذلك على مستخدميها، فلا يجب ترك الشّباب والمراهقين وحدهم على هذه المواقع لأنّها قد تسبّب الإدمان، وقد تجرفهم إلى التّعرف على جماعات منحرفة فتغويهم وتسحبهم معها، لأنّ الشّباب

والشابات المراهقات يكونون في مرحلة اندفاع وحب للمغامرة مع عدم تقدير المخاطر جيداً. كما أنّ هذه المواقع قد تؤدي إلى انعدام الخصوصية في الحياة العملية، وتسبب الكثير من إضاعة الوقت وهدره في تقليب الصفحات دون فائدة، ممّا قد يشغل الشخص عن عمله وحياته ودراسته، وقد تؤدي إلى إصابته بالعزلة عن الناس وتعرضه للأمراض النفسية.

صناعة الرأي العام

يلعب الإعلام في وقتنا الحاضر دوراً كبيراً في صناعة الرأي العام فهو يشكل عصب الحياة نظراً لذلك الدور والتأثير على مختلف السياسات العامة للشباب، وبكونه سلاح ذو حدين أولهما ايجابي يساهم في بناء المجتمعات وتوعية الشباب وسليبي يعمل على تقنيت المجتمع وأذهان الشباب وتخريبها، ولأن شريحة الشباب الأكبر في مجتمعنا خصوصاً، فإلى أي حد يساهم الإعلام في تكوين الوعي عند الشباب؟ وهل الإعلام المحلي لدينا أثبت وجوده على ساحة المنافسة؟ فليس هناك وسيلة معرفية تستطيع أن تؤثر على العقل بقدر الإعلام فلا الأصدقاء ولا المدرسة ولا حتى التربية لها دور إلا عبر الإعلام، فالإعلام هو الأداة الحاملة للرسالة بطريقة مثيرة وجذابة.

ومع تطور وسائل الإعلام الحديث وثورة تكنولوجيا المعلومات، لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة وتزويد الناس بالخبر أو الحدث، أو حتى مجرد وسيلة للترفيه والتسلية، بل أصبح الإعلام أيضاً أداة فاعلة في صناعة الرأي العام الذي لم يعد مستقبلاً للمعلومة أو الخبر فقط، بل أصبح يتفاعل ويتأثر عقلياً وفكرياً وسلوكياً مع ما يتابعه من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

إن الإعلام بوسائله الحديثة وبرامجه المتنوعة إنما يصدر عن تصورات وأفكار ومبادئ تعمل على إحداث تغيير مقصود في المجتمع المستهدف ليس في دائرة محددة أو مجتمع بعينه، بل يحدث ذلك على المستوى العالمي مما جعل العالم كله . كما يقول بعض المختصين . قرية واحدة تعيش الحدث وتتلقى الخبر في وقت واحد وزمن مشترك عن طريق وسائل الإعلام الحديث، وقد تكون هذه الوسائل مطبوعات بكافة أشكالها وأنواعها، أو تكون من خلال

الإذاعات المسموعة، أو من خلال القنوات والفضائيات التي أصبحت لا حصر لها الآن، أو صفحات الإنترنت التي أصبحت تحوي ملايين الملايين من مستخدمي الإنترنت، أو إعلام الموبايل الذي انتشر أيضاً بكثرة في الآونة الأخيرة، فلم يعد هناك اختلاف حول الدور الخطير الذي تقوم به وسائل الإعلام في تغيير سلوكيات شعوب بأكملها.

ومن الطرق التي تخدم هذا الغرض وتساهم في قوة التأثير الإعلامي ما يعرف بالتأثير الكمي من خلال التكرار، حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول قضية ما أو موضوع ما أو شخصية محددة بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد، دون إرادة منه، شاء أم أبى، ومهما كانت قوة حصانة المتلقي ضد الرسالة الإعلامية، فيحدث هناك تسيير لإرادي للمتلقي وتأثير شامل عليه بمعنى أن الإعلام يحاصره في كل مكان.

ولهذا فإن كل تلك العوامل تؤدي إلى تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون لنفسه رأياً مستقلاً حول القضايا المثارة، وبالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام وفي سلوكيات الأفراد أنفسهم ومع تطور وسائل الإعلام مثل الإنترنت اكتسحت تلك الرسائل المقنعة العالم وازدادت كيفية التأثير على كم هائل من الناس في نفس الوقت، ازدياد مذهل، وهذه الثورة المعلوماتية نتج عنها انفجار معلوماتي وأصبح الناس يواجهون بآلاف الرسائل يومياً وأصبح عليهم أن يستوعبوا هذه الرسائل ويعالجوها أسرع وبعدها لا وقت لديهم للمزيد فالأسهل أن يختصروها بقبولها فوراً وبدون التفكير فيها.

ومن الضروري إيجاد صيغة مناسبة يتم فيها مقاضاة الوسائل الإعلامية المتجاوزة في برامجها ومضامينها الحدود القيمية والاجتماعية والتي تعمل على تضليل الرأي العام تجاه قضايا معينة وفقاً لما نصت عليه موثيق الشرف الإعلامية التي تقضى بالالتزام باحترام حرية التعبير بوصفها ركيزة أساسية من ركائز الإعلام العربي، على أن تُمارس هذه الحرية بالوعي والمسؤولية والالتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام، ولا شك أن من أهم أخلاقيات المهنة الإعلامية احترام ثقافة المجتمع الذي تصدر منه المؤسسة الإعلامية أو تتوجه إليه برسالتها.

أما المعيار الأساس لكل وسيلة إعلامية كي تبقى مستمرة فهو المصداقية، وبما أن المتلقي على درجة من المقدرة التمييزية ومع كثرة وسائل الإعلام والحالة التنافسية السائدة تصبح المصداقية متصاعدة القيمة، وإن أي اهتزاز بهذه المصداقية هو موت للوسيلة الإعلامية ، إن لم يكن مباشراً فعلى المدى البعيد ، والمصداقية مسألة تراكمية فلا تتال هذه المصداقية من تقديم الكثير من البرامج أو كتابة الكثير من المقالات لكن تحتاج إلى العديد من السنوات لتصل إلى هذه المصداقية وبذلك تكسب المتلقي ، وليس من المبالغة أن نقول أن إعلامنا يحاول الوصول للمستوى المطلوب حتى الآن، وعلينا أن نستفيد من تجاربنا بتهيئة الشباب المؤهل والمهني لقيادة دفة العمل الإعلامي واختيار الكفاءات وتفعيل دور الحرية المسؤولة وتأهيل الكوادر مهنيا وتقنيا ليتمكنوا من إرسال رسالتهم بنجاح إذا ما أردنا النهوض ومواكبة العصر ليكون الإعلام قادراً على القيام بواجبه تجاه المجتمع عموماً والشباب خصوصاً.

شبكات التواصل والرأي العام

مما لا شك فيه كان لشبكات التواصل الاجتماعي، من "تويتر" و"فيسبوك" وسواهما، وقع مهم في تاريخ صناعة الرأي العام، إذ تعتبر بعد انتشار الإنترنت على نطاق واسع، على صعيد مختلف الشرائح الاجتماعية، وحتى أكثرها فقراً، ثورة القرن الواحد والعشرين من الناحية الإعلامية، نظراً إلى أهمية الدور الذي باتت تؤديه في مختلف الميادين، السياسية منها كما الاجتماعية والتسويقية.

والجدير بالذكر هو أن وسائل التواصل الاجتماعي هذه تمكنت من أخذ هذا البعد على صعيد التأثير على الرأي العام نتيجة حلول الثورات العربية على تلك المجتمعات، خصوصاً أن الرأي العام بات يحتل مرتبة وموقعاً متقدمين، بعد أن كان مغيباً ومطموساً بشكل قسري وقمعي على يد الديكتاتوريات القائمة.

خلال العشر سنوات الماضية اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي دورها عن طريق اتخاذ هذه الأنواع المبتكرة من وسائل الاتصال أشكالاً تطبيقية جديدة في مجال استعمالها في عدة ميادين

عدة، ولمرامٍ وأهداف عدة، وليس حصراً في السعي الى اكتساب أصحاب جدد أو لتكوين شبكة واسعة من التواصل معهم، وهو الطابع الذي اتخذته على الصعيد الشبابي في بداياتها. لكنها اليوم بدأت تحقق غزواً نوعياً مختلفاً، في جذبها فئات أكثر نضوجاً بعد أن تحولت وسيلة إعلامية من الدرجة الأولى، وبخاصة بعد أن باتت تؤدي دوراً بارزاً في نشر الخبر وفي التأثير على مشاعر الجماهير، وتحولت وسيلة تتميز بالسرعة الفائقة لإيصال المعلومة ولمواكبة الحدث، وهو ما يفسر استهواءها من التنظيمات السرية أو الإرهابية، بحيث باتت تشكل عندها الوسيلة المفضلة لإيصال الرسائل لمن يهمه الأمر. ولهذه الأسباب، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي مركزَ اهتمام واستقطاب للانتباه والتركيز، ليس فقط من عامة الناس، لكن أيضاً من وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة.

وفي إشارة الى المقارنة بين الإعلام المرئي والمكتوب الكلاسيكي، وبين قدرته على صناعة الرأي العام وقدره هذا النوع الإعلامي المستحدث عبر الإنترنت، يمكن القول إن هذا الإعلام الذي كان يسمى السلطة الرابعة، فقدَ نسبياً بريقه القديم المكتسب عبر التاريخ لمصلحة مواقع التواصل الاجتماعي، ليس من باب التحيز أو لسبب آخر، لكن يكفي أن يكون الإعلام الكلاسيكي، من صحف وفضائيات ممولاً وتحت رعاية أطراف معينة أو أحزاب وشخصيات بارزة أو دينية مهيمنة، أو حتى دول وتنظيمات يعمل لمصلحتها، يكفي هذا حتى تتعداه وتغلبه إعلامياً مواقع التواصل الاجتماعي في عدم تبعيتها وتحررها من جملة هذه المعوقات والارتباطات، لكن من دون أن ننسى الإشارة، ومن باب مصداقية التقييم، إلى أن بعض المشاركين في كتابة المنشورات ما زالوا للأسف يحملون معهم في طريقة تواصلهم رأي العشيرة أو الطائفة والقبيلة الذين ينتمون إليها ولم يتخلصوا من تأثيرها في تكوين رأيهم، متخليين عن تحكيم العقل الذاتي في كتابة التعليق أو في صياغة المنشور.

فما حدث في المنطقة خلال السنوات الأخيرة يفيد بأهمية الدور الذي ادته، وما زالت، وغني عن الإشارة، أن شبكات التواصل اكتسبت عبر مواكبتها مجريات الاحداث وتطوراتها في مختلف الأقطار العربية، بعداً جديداً ربما لم تكن تتوقعه عند تأسيسها، ولعل توظيفها قدرتها

التعبوية وتمكّنها من تجييش العقول من خلال التركيز على سرد وقائع معينة وتفصيلها بالصوت والصورة والكلمة، غالباً ما كان تمهيداً لتحرك فعلي خارج عن إطار الطابع الافتراضي لشبكات التواصل هذه. من هنا يمكن اعتبار أن أحداث أحدثت نقلة نوعية في طابع هذه الشبكات، من طريق تحويلها من تواصل افتراضي إلى واقع حسي ملموس ومعاش. وإذا كانت هذه الوسائل سميت في بداياتها بالعالم الافتراضي، من ناحية علاقة الأشخاص المشتركين، والتي تختلف عن نوعية العلاقات العادية بين البشر، لكنها أثبتت أنها ليست بمعزل عن الواقع المعيش، بل أنها شكلت في كثير من الأحوال مرآة لهذا الواقع يلجأ إليها الباحث لتحسس نبض الشارع والناس العاديين.

وقد لا يكون شكل هذه الوسائل بعيداً من ساحة البلدة، أو الـ"أغورا (AGORA) "في المدن اليونانية القديمة، حيث انبلج مفهوم الديمقراطية التي ما يزال العالم يحلم بتحقيقها إلى يومنا هذا. والـ"أغورا"، حيث كان يجتمع الناس في حلقات بحث فكرية وثقافية، تذكّر بالمجموعات التي تتلاقى على وسائل التواصل هذه لبحث قضية ما تهم الجميع.

يرى الخبراء أن التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي إنما يأتي في إطار ظاهرة حديثة لهذه الديمقراطية أطلق عليها اصطلاحاً "الديمقراطية الرقمية"، تداولته الدراسات المعنية بتوظيف أدوات جديدة للاتصال في العملية الديمقراطية في منتصف تسعينات القرن الماضي لتواكب به انتقال التكنولوجيا التي توفر الانترنت للاستخدام العام، وهو مصطلح يقصد به توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية في تداول المعلومات المتعلقة بممارسة مبادئ الديمقراطية بحرية. ديمقراطية رقمية يتشعب دورها ويمتد من فتح الحوار المباشر بين الناس، وصولاً إلى صناعة الرأي العام، إلى التأثير المباشر على صياغة القرار السياسي، وهو قرار باتت تفرضه أكثر فأكثر هذه الجماهير الرقمية على المؤسسات الحاكمة والسلطات القائمة.

المحاضرة 4: قياس الرأي العام

1- مفهوم قياس الرأي العام

يقصد بقياس الرأي العام أو استطلاعات ال أري العام تمك البحوث الميدانية التي تحاول الوصول إلى تعبيرات كمية في شكل أرقام أو نسب مئوية ومعاملات إحصائية للتعبير عن تفضيلات و وجهات نظر مختلف أفراد وفئات وشرائح لمجتمع موضوع البحث بشأن مسائل أو قضايا محددة سلفا، وظاهرة الرأي العام لا يمكن إدراكها إلا من خلال الأفراد ، سواء في تغيراتهم الفردية أو الجماعية وتأتي نتيجة دراسة هذه الظاهرة في شكل رقمي، وعادة يعتمد الباحث عمى البحث الميداني من خلال ملاحظة ومقابلة واستقصاء آراء أفراد المجتمع أو العينة التي تم اختيارها بطريقة علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

وتجدر الإشارة إلى أن قياسا لرأي العام والتعرف عليه و معرفته لا يمكن أن يتم من خلال البحث في الصحافة أو التلفزيون والإذاعة عما تعكسو من وجيات نظر وما تسميو تمك الأجيذة باتجابات الرأي العام أو نبض الشارع إزاء قضايا محددة، فقياس الرأي العام أصبح يرتبط بأدوات وأساليب خاصة حققت الكثير من التطور والاستقرار والدقة، ولكن ذلك لا ينفي أيضا أن قياسات الرأي العام تستفيد مما يذاع في وسائل الإعلام وينشر عبرها في تقديم تحليل أكثر لما تحصل عليه من أرقام تشير إلى الرأي العام.

2- نشأة قياس الرأي العام وتطوره:

لجأ الحكام في المجتمعات العربية في الماضي والحاضر إلى طرق بسيطة لمعرفة عمى آراء الناس وأحوالهم، منها خروج الحاكم للاستماع بنفسه ل أري الناس، وإطلاق بعض المقربين في الشوارع لمعرفة عمى أحوال الناس وآ ارتتهم، ثم بدأت عمميات قياس ال أري العام تحتل مكانة وتكتسب أهمية مت زيدة في العصر الحديث، إذ تم اعتبارا خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، ولقد انتقلت العدوى استطلاع ال أري العام في بعض البلدان كالولايات المتحدة الأمريكية من سوق السمع والتجارة إلى سوق السياسة والحكم، وتعود بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام إلى حوار عام 1824 ،حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تيهم بالتجارة والتسويق إج اراء استطلاع لم أري العام، عن طريق القيام باستفتاءات كانت تسمى آنذاك الاقتراع الأولي،

ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات ال أري العام، وبالتالي كانت لا تدعو إلى الثقة بيه ولا يمكنه تعليمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذي اتبعته مجمة **الخلاصات الأدبية إلى إفلاسها**، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات، ودفاتر التمفونات، وبي عينات غير ممثلة لمجتمع الأصلي، ومنتخبة إلى ذوي المدخول العالي نسبيا.

بعد بذه الانطلاقة، انتقل قياس ال أري العام من مرحلة التكنين إلى مرحلة العمم في مجال قياس الراي العام، مع محاولة الحصول على عينات ممثلة لمجتمع، وقد بدأت بذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات، وسرعة

الإنجاز، وقد اتبع بذه الطريقة جالوب، الذي أنشأ **معيد جالوب لم أري العام سنة 1935**، إضافة إلى عدد من الميهمين بقياس الراي العام، مثل روبير كروزلي، كانتريل، ونجحت عممية قياس الراي العام نجاحا كبيرا في التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة 1944، وأدى فرط الثقة إلى نوع من الغرور جعل بذه المراكز تتنبأ في وقت مبكر بفوز جون، الأمريكية عام 1940 بالرئاسة على منافسو ترومان سنة 1948، وفشمت بذه التنبؤات فشال ذريعا.

وقد شهد عقد الستينات من القرن الماضي انطلاقا حقيقيا في مجال استطلاعات ال أري العام، تمثل في امتداد هذا النشاط العلمي إلى دول الاتحاد السوفياتي سابقا، وعمى العديد من دول أوروبا الشرقية، حيث أنشأت بيئات علمية ومراكز لبحوث

الراي العام، وبدأت عمليا باستطلاعات تتناول وسائل الإعلام واستمرت في خطواتها التي تعثرت أحيانا وتوقفت تماما أحيانا أخرى، حتى توجت بإجاء استطلاع ال أري العام أواخر الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي تتناول أم

القضايا السياسية وأشدّها حساسية. ولعل مرحلة النضج التي بدأت منذ أوائل السبعينات من القرن الماضي بتناول استطلاعات ال أري العام وقياساتو برؤية شاملة متكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص بالعملية، وليس

والمسح (GSS) مجرد الاكتفاء برصد موقف ال أري العام في المحظة الآنية، ومن أمثمتيا مشروع المسح الاجتماعي وبنالك ثالث قضايا رئيسية سيطرت على ساحة العمل في (EBS) والبارومتر الأوروبي، (ISSP) الاجتماعي الدولي

مجال ال أري العام على مدى نصف قرن من الزمان وبي: الديموقراطية، المنهج والنظرية، وقضية الأخلاقيات الحاكمة لمعمل في مجال استطلاعات ال أري العام وقياسو.

3- أهمية قياس الرأي العام:

إن دينامية الرأي العام وتغيره المستمر يفرضان على صانعي السياسات ومنتخذي القرار، سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي وسواء على المستوى القومي أو غيره من المستويات الأخرى، قياس الرأي العام قياساً دقيقاً

وبشكل مستمر ودائم، بيهف معرفة الواقع الفعلي، ودراسة مشكلاته الممحة، وتقييم ما تم التوصل إليه، من مجموعة معلومات وآراء اتجاهات. وعميو فإن القياس الدقيق اتجاهات الرأي العام لدى الجمهور أو لدى فئات مختارة منو، يتيح لمختلف المنظمات اتخاذ القرارات، على ضوء الحقائق الموضوعية، كما أنو يسمح لمدولة ولمنظمات المختلفة فييا أن توجه الرأي العام توجيهها سليماً.

ويوضح ترومان في ذات الصدد بأن الاستفتاءات العامة تستطيع أن تساعد الحكام في الاستعاضة بالبيانات الموثوق بصحتها، عن التنبؤات والفروض الضمنية في المجالات الآتية: -تقديم بيانات يمكن عمى أساسيا وضع الفروض ورسم الخطط لبرنامج مقترح.

-اختبار خطط برنامج مقترح.

-تقييم فاعمية برنامج قائم.

-تسييل الجوانب الإعلامية في سياسة قائمة.

بناء على ما سبق تعتبر استطلاعات الرأي العام خطوة أساسية في العممية الديمقراطية من حيث أنو لا يمكن أن تقوم الأجيذة الحاكمة بتحقيق آراء الجماير ما لم تكن تمك الإاردة بصدد كل مسألة من المسائل واضحة المعالم، لدى أجيذة

التشريع والتخطيط والتنفيذ، ويتوقف على تلك الأجيذة كما يتوقف عمل أجيذة الرقابة الشعبية من برلمانات وتنظيمات مدى اكتمال حلقات العملية الديمقراطية، بالتعرف على الاتجاهات بغرض التعديل في أساس هذه الاتجاهات بما يتفق مع خططها، فتتوج أساليب الدعاية والإعلام، لإحلال اتجاهات أخرى محل الاتجاهات الأصمية التي يكشف عنها استطلاع

الرأي العام، بما لا يتفق مع وجيات نظر أجيذة الحكم في الأنظمة غير الديمقراطية.

وتكمن أهمية قياس الرأي العام في كونه أحدث قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وبو أحد القنوات الميمة في استشرف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية

أو مسائل مستجدة تستمزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع الق ا ر ر عمى مائدة المسؤول من خلال رؤية تقديميا تمك الاستطلاعات، خاصة إذا ما كانت استطلاعات تجريبيا مراكز مينية ومحترفة ومستقلة. وتولي مختف الحكومات أمية كبرى لقياس للرأي العام، سواء من خلال قدرتها على استشراف أراي عام يمكنيا من اتخاذ ق ا ر ر سواء لتممية حاجة مجتمعاتيا، أو التعامل مع المشكلات المستجدة أو تصحيح رؤيتو حيال القضايا التي يستيدفيا بذال القياس. وتستيدف قياسات ال أري العام التعرف عمى الدواع الكامنة و الاراء، والتعرف عمى شدة الرايوعمقو ا ا زه القضايا والأحداث والأشخاص، وتتسم عملية قياس الرأي العام بالبطء النسبي في إنجازيا واستخراج نتائجها وتحميليا، وينا يصبح من الأنمية استخدام أساليب وطرق قياس تتميز من حيث التصميم أكثر عمقاً، وتحليلا شاملا ومتعمقاً الاتجابات لا أري والمعالجة، ألن نتائج بذه النوع من القياس تعطي أبعادا العام من حيث قوتيا وشدتيا وكثافتيا لذي كل فئة من فئات الجميور المستهدف بعملية القياس، حيث تسعى بحوث الرأي العام إلى دراسة مشكلات المجتمع الممحة التي تعد قضايا خلافية يثار حوليا النقاش بين أفراد الجمهور العام أو بعض فئاته وشرائحه.

المحاضرة 5: قياس الرأي العام (تابع)

1-أنواع بحوث قياس الرأي العام :

- تنقسم بحوث الرأي العام إلى ثلاثة أقسام حسب الدكتور سمير محمد حسين
- 1 - بحوث إستطلاعية : تركز على اكتشاف الظواهر والوصول إلى بعض المعلومات عنها
 - 2 - بحوث وصفية (أو تسمى تشخيصية): وهي التي تركز على وصف طبيعة مجتمع معين أو موقف ما جماعة من الجماعات أو فرد معين ووصف سماته وخصائصه العامة.
 - 3 - بحوث اختبار العالقات السببية بين المتغيرات أو الفروض : وهي التي تركز على اختبار الفروض السببية بين متغير أو مجموعة من المتغيرات المؤثرة في حدوث الظاهرة التي تخضع للدراسة ، وبالتالي فهي تستخدم في كل من المرحلة المتقدمة ومرحلة النضوج العلمي من مراحل نمو المعرفة العلمية.

-منهجية قياس الرأي العام :

- تخضع عملية قياس الرأي العام إلى إجراءات منهجية وخطة عملية ، تتضمن المراحل التالية :
- 1.تحديد الموضوع أو القضية موضوع القياس.2. . تحديد الهدف من قياس الرأي العام حول القضية موضوع.3.تحديد الجمهور الذي سيجرى عليه القياس ، ويتحدد حجم ونوعية الجمهور وفقا لمجموعة من المعايير. - : معيار النطاق الجغرافي ، مسح عام أو مسح محلي.- . معيار للأسلوب الإحصائي المستخدم في تحديد مجتمع الدراسة ، مسح شامل أو مسح بالعينة4. .اختيار العينة : تعد هذه المرحلة بالغة الأهمية ، فلا بد أن تكون العينة ممثلة للمجتمع ، من أجل الصدق في تعميم النتائج في نهاية المسح وتقوم العملية5. . اختيار العينة على تحديد نوع العينة ، عشوائية ، وتحديد حجمها أو نسبتها إلى المجتمع الكلي ، ويعتمد ذلك على ما يتوفر لدى الباحث من إمكانيات تتعلق بالجهد والمال والوقت6. . تحديد الطريقة التي سيتم بها المسح ، أو أدوات القياس : استمارة استبيان ، أو المقابلة 7. تحديد المدة الزمنية لإجراء المسح ، متى يبدأ و متى ينتهي ؟ 8.إجراء الإختبار الأول ، عبارة عن قياس مبدئي من أجل معرفة دقة المقياس ومدى ملائمة ، ومدى ملائمة العينة للموضوع المراد قياس الرأي اتجاهه ، ومدى استجابة المبحوثين مع الموضوع ، من أجل تدارك النقاط التي أغفلها الباحث في المراحل السابقة وإعادة النظر فيه. 9.العمل الميداني ، النزول للميدان من أجل جمع البيانات من مفردات العينة.10. يعد جمع البيانات يتم معالجتها و تحليلها و تفسيرها (يمكن استخدام برنامج (SPSS وتقدمها في شكل

إحصاءات.11. إعداد التقرير النهائي ، الذي يشمل أهداف المسح المستخدم ، والعينة لمختارة ، وطريقة التحليل والنتائج المتوصل إليها - . طرق قياس الرأي العام قياس الرأي العام يختلف عن البحوث الميدانية الوصفية ، باستخدام المسح الشامل أو العينة، و باستخدام أدوات جمع البيانات الإستمارة أو المقابلة كذلك يمكن الإعتماد على تحليل المحتوى.1. . المسح الشامل : يتم إجراءه على كافة وحدات المجتمع ، ويتميز بشموليته وعموم نتائجه ، ويتميز بتجنب أخطاء التعميم ، كونها قد تعاملت مع كل مفردات المجتمع . إلا أن هذه الطريقة لا تستخدم الى من طرف هيآت متخصصة في الإحصاء والتي تمتلك الوسائل المادية والبشرية لإجراء مسموح شاملة.2. . المسح بالعينة : إذا كان المجتمع كبيرا جدا ، يستطيع الباحث إجراء مسح شامل ، فيضطر إلى الإستعانة بطريقة المسح بالعينة التي تعدد فيه أنواع العينات حسب تجانس المجتمع وأهداف البحث

2- طرق قياس الرأي العام:

هناك عدة طرق لقياس الرأي العام منها:

-**طريقة المسح**: تستخدم هذه الطريقة في دراسة الظواهر ، لتحديد طبيعتها ، ومعرفة خصائصها التي تتعمق بتركيبها و وظائفها ، وذلك بجمع الحقائق عن الظاهرة وتحميمها وتفسيرها لموصول إلى تعميمات بشأنها ، وتعد طريقة المسح أعم واشمل من طريقة الاستفتاء ، إلا انها تبين إتجاهات الرأي العام غير الظاهرة ، لإعتبارات عديدة تأتي في مقدمتها عدم القدرة على التعبير عن هذا الرأي أولا ، ثم لعدم إلمام الجمهور بموقف السلطة من الموقف أو الحدث الذي أثار انتباه الرأي

العام ثانيا. وفي هذا النوع من القياس لا بد من مراعاة المتغيرات التي لها تأثير بالموقف أو الحدث ، كما أنه لا بد من

الوقوف على العوامل الأساسية الكامنة وراء ذلك ، لذا من الضروري الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه ، قبل إحصاء

الإجابات ، وتحديد النسب المئوية لها ، وتستخدم طريقة الملاحظة البدء بتحديد المتغيرات المشتركة ، وا كالملاحظة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

ويمكن اعتبار المسوح الرأي العام أعم و أشمل من الاستفتاءات لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر و الكامن الخفي ، الذي لا يعمل عنه الجماهير لإعتبارات عديدة منها وجود حاكم

تسلطي، أو الخوف من الجبر بهذا الرأي ، أو عدم اكتمال المعلومات الكافية عن المشكلة العامة المطروحة ، وعدم إمام الرأي العام بما تعترمه السلطة نحو هذه المشكلة.

-**طريقة تحليل المضمون** : ارتبطت استخدامات تحميل المضمون بالدارسات الإعلامية والاتصالية بوصف أداة وأسمو لتعرف المعلومات والتفسيرات من خلال الأنشطة الاتصالية المختلفة ، وكان هذا الارتباط والنشأة قد تولد تبعا لمحااجة الماسة التي فرضتها نتيجة عموم الإعلام ، وتعقيدات منذ بواكير القرن العشرين ، وتحديدًا بعد طغيان الصفة الجماهيرية عبر الوسائل لتشكيل الخطاب الجمعي الجماهيري. وكانت المحاولات الأولى استخدام تحميل المضمون من

خلال ما قام به الباحثان لييمان وتشارلز من خلال قيامهما بتحميل عينة من المادة الإخبارية المنشورة لفي جريدة نيويورك تايمز، وقد تصاعد هذا النمط من الدراسات بعدما ظهرت إمكانية الضبط والسيطرة عمى عوامل التحميل واستحكاماته وجدواه في الوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها ، وكانت مدرسة الصحافة في جامعة كولومبيا قد قامت بتحميل

المضمون اهتماما واسعا وكبيرا في ثلاثينات القرن الماضي ، لعدد من الصحف الأمريكية بالإضافة إلى الدراسات التحليلية المتخصصة كدراسة جيولوجيات وادواردز حول الأخبار الخارجية في الصحف الصباحية الأمريكية وتستخدم هذه الطريقة في حال تعذر اتصال الباحثين بالمبحوثين بصورة مباشرة لمتعرف على اتجاهاتهم و آرائهم و أفكارهم

واستجاباتهم من خلال الملاحظة و المقابلة والاستعانة وغيرها ، لذا يمجا الباحثون آلية طريقة قديمة غير تقديمية من خلال دراسة نصوص التعبير الشفهي أو التحريري ، ويستخدم هذا الأسلوب في مجالات أخرى متعددة ، لتؤدي دورا ميمًا في

عملية البحث العلمي ولتقود لمتعرف عمى الاتجاهات و الآراء سواء كانت رسائل موجهة عبر أجهزة الإعلام ، أو مجرد رسائل ونصوص اعتيادية ، إضافة إلى استخدامها كطريقة لمتعرف على ما تؤديه أجيذة الإعلام من وظائف تحقيقا لأهدافها ، وافترض ما يمكن أن تفهموا في الجمهور من تأثيرات . ويمكن تحديد بعض المجالات التي يستخدم فيها تحميل المضمون فيما يمي:

-الكشف عن آراء واتجاهات الجماعات إزاء موضوعات مختلفة المقارنة بين وسائل الإعلام الجماهيري من حيث موضوعاتها و اتجاهاتها وأهدافها.

-قياس تطبيق وسائل الاتصال للمعايير والأسس الإعلامية والثقافية والفنية.

-تشخيص خصائص الأسلوب الأدبي أو الصحفي من خلال تحميل الرسائل المختلفة التعرف على الوضع النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات في الأوضاع الطارئة والاعتيادية ، من خلال تحميل الرسائل التي يعبرون بها عن أنفسهم بأي شكل من الأشكال.

-الحصول عمى افتراضات حول تأثير وسائل الاتصال عمى الجمهور .
-تعرف الدولة على نوايا الدول الأخرى وأهدافها وبخاصة في حالات الصراع و الحروب ، إذ يسعى كل طرف إلى تحميل الوثائق والتصريحات والخطب وما تنشره وسائل الإعلام حول الطرف الآخر ، إضافة إلى ذلك يمكن التعرف على القيم والمعارف ومدى تحقيق الأهداف والآثار التي تحملها الكتب والنماذج والأدبيات التربوية والثقافية وغيرها.

3- مشكلات قياس الرأي العام :

تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية مجموعة من المشكلات منها:
-نقص المعلومات كما وكيفا المتاحة للأفراد في الدول النامية ، على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي. فمن لا معلومات عنده لا رأي سديد له ، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات والانفجار المعلوماتي.

-النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية .
-تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام ، فتزايد نسب الأمية نتيجة لتزايد أعداد السكان يحول دون التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة ، بالإضافة إلى الخصائص الأخرى التي توجد في الدول النامية ، منها السطحية ، وعدم العمق ، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة ، وكبر شرائح الرأي العام المتطرفة ، لضعف أو حتى اختفاء القوى الاجتماعية الوسيطة ، خصوصا الطبقة

الوسطى وانتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصلة ، وليست متصلا له درجات ، ويضاف إلى ما سبق أن انخفاض الدخل يحد من شراء وسائل الإعلام المختلفة والتعرض للانترنت من ناحية والتردد على جذور السينما من ناحية أخرى والمركزة في العواصم والمدن الكبرى على الأغلب.

يحول النقص الواضح في الموارد المالية في الدول النامية دون إجراء قياس الرأي العام بطريقة علمية دقيقة لما يتطلبها الأمر من تكاليف بهضة وأجهزة تكنولوجية متقدمة .

– كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها:

التشكيك في أهمية قياس الرأي العام ، بسبب انخفاض الوعي بأهمية استطلاعات الرأي العام ، قلة العائد من الاستبيانات البريدية ، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة ، محاولة التخلص من الباحث، كثرة – صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية لمقياس وقلة أو ندرة الباحثين المدربين والأمناء لجمع البيانات

المحاضرة 6: قياس الرأي العام (تابع)

- أنواع العينات واستخداماتها في قياس الرأي العام :

أولاً: مفهوم العينة وخصائصها العينة هي جزء من المجتمع تتوافر فيه خصائص هذا المجتمع الذي سحبت منه ، لأنه في كثير من الأحيان يستحيل إجراء الدراسة على المجتمع ، وبالتالي يتم اختيار عينة محدودة ودراستها بهدف التواصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع . ويصبح ذلك ممكناً إذا كانت خصائص العينة تمثل خصائص المجتمع من حيث أكبر عدد ممكن المتغيرات . يشير لفظ المعاينة إلى تنقية اختيار العينة من مجتمع الدراسة . ولقد أصبح استخدامها شائعاً في البحوث الكمية الاستكشاف و وصف وتفسير خصائص المجتمع مصدر العينة . وهي تخضع في تصميمها وتنفيذها لجملة من المبادئ والإجراءات المنهجية التي تجعل تمثيلها للمجتمع تمثيلاً دقيقاً . 1. إطار العينة (مجتمع الدراسة :) إن تصميم العينة عملية معقدة، تجمع بين سلسلة من العمليات المرتبطة، كل واحدة منها تخضع بدورها لعوامل مختلفة .. وحتى نضمن بالفعل عملية المعاينة (تصميمها و تنفيذها) ، لا تكفي معرفة تقنيات المعاينة، لكنه يجب تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة مفرداته. ألن مفردات أو وحدات مجتمع معين تشكل الإطار الذي سنستخرج منه العينة . وكلما زاد إتقان معرفة هذا الإطار كلما تقلصت التحيزات التي قد تطرأ نتيجة الجهل به. 2. حجم العينة : يقصد بحجم العينة عدد المفردات التي ستجري عليها الدراسة، وليس هناك حجم ثابت يصلح لجميع الدراسات ، بل يتم تحديده على ضوء أكثر من اعتبار:

* **طبيعة المجتمع :** من العوامل المؤثرة في تحديد حجم العينة مدى تجانس أفراد المجتمع ، فكلما كان المجتمع أقل تجانسا يصبح من الضروري اختيار عينة كبيرة نسبياً حتى تضمن أن تشمل العينة على عدد كاف من المفردات بما يضمن تمثيل المجتمع، أما إذا كان التباين صغيراً أي المجتمع أكثر تجانسا فإنه من الممكن تصغير حجم العينة* . أدوات جمع البيانات : ويرتبط حجم العينة أيضاً بطبيعة أداة جمع البيانات، فاستخدام استمارة الاستبيان مثال يتيح لنا حجم أكبر للعينة مقارنة باستخدام المقابلة. وكذلك الأمر مرتبط بتعدد الأدوات مقارنة بإجراء الدراسة بالاعتماد على أداة واحدة ، ففي الحالة الأولى يتطلب الأمر حجم عينة أقل مقارنة بالحالة الثانية . وفي كل الأحوال فإن حجم العينة يجب أن يتفق ومتطلبات الحصول على بيانات كافية ونتائج موثوق فيها

* **التكلفة :** تتطلب البحوث عموماً تكلفة مالية بدرجات متفاوتة في عملية جمع البيانات ، من

تكاليف السفر والتنقل ، وشراء مستلزمات العمل الميداني ... وكلما زادت التكلفة كان ذلك أدهى إلى التقليل من حجم العينة ، والعكس صحيح . حيث يصبح تخفيض حجم العينة أمراً ضرورياً بحيث يكون في حدود الموارد المتاحة* . المجال الزمني المتاح : وكذلك الأمر يتعلق بالمجال الزمني المتاح للباحث ، فإن حجم العينة يتحدد في ضوء الفترة الزمنية التي يتعين خاللها إنجاز البحث.

* **طبيعة الدراسة وأهدافها** : إن العوامل المتعلقة بطبيعة البحث والهدف منه بالتأكيد في حجم العينة ، فطبيعة الدراسة التجريبية مثال تفرض أن يكون حجم العينة صغيراً يتناسب مع المكان ومستلزمات التجربة

* **احتمالات عدم الاستجابة** : يتأثر حجم العينة بتوقعات عدم الاستجابة ، فكلما زادت التوقعات بأن يرفض بعض المبحوثين المشاركة أو الإجابة على الأسئلة ، يصبح من الضروري أخذ ذلك بالاعتبار وزيادة حجم العينة* . متغيرات الدراسة : كلما تعددت متغيرات الدراسة يتعين زيادة حجم العينة.

ثانياً : أنواع العينات:

هناك العديد من أنواع العينات ، والتي تصنف عموماً في فئتين ، العينات العشوائية والعينات الغير عشوائية¹ . العينات العشوائية : تعني اختيار مفردات العينة دون تدخل من الباحث بقصد أو تعمد أن تتضمن العينة مفردات معينة وعدم تضمينها مفردات أخرى ، ولذلك تسمى بالعينة غير المتحيزة أو العينة الاحتمالية ، وتتميز بإمكانية تعميم نتائجها على المجتمع . وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح العشوائية لا يعني الفوضى أو عدم النظام وإنما يعني أن جميع أفراد مجتمع البحث متاح لهم فرص متساوية أن يتم اختيارهم ضمن العينة. وتتطلب العينة العشوائية تحديد مجتمع الدراسة و معرفة خصائص هذا المجتمع . أما أهم أنواعها يتمثل في : العينة العشوائية البسيطة ، والعشوائية المنتظمة و العشوائية الطبقية ، و العشوائية متعددة المراحل.

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

- الاقتراع المباشر: وذلك بأن يعطي كل فرد من أفراد المجتمع رقماً على ورقة منفصلة، ثم

تطوى هذه الاوراق وتخلط جيدا ويختار منها بالقرعة العدد المناسب. تطبيق هذه العينة غير ممكنة عندما يكون مجتمع البحث كبيرا أو موزعا على مساحة جغرافية واسعة ، لذلك يتم الاستعانة بجدول الأرقام العشوائية، أو نلجأ للعينة الطبقية عندما يتطلب البحث تمثيل العينة للمجتمع حسب الطبقات أو الفئات .

- الجدول العشوائية: وضع علماء الإحصاء الجداول العشوائية التي يتلخص أسلوب استعمالها في ترقيم أفراد المجتمع بأرقام متسلسلة، ويختار منهم أصحاب الأرقام التي تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة .ب.العينة العشوائية المنتظمة: تقوم على العشوائية والانتظام في اختيار المبحوثين يتم اختيار أفراد العينة بسحب أول فرد فيها بطريقة عشوائية، ثم سحب الأفراد بطريقة منتظمة، أي بعد فترة ثابتة، ويكون تحديد الفترة الثابتة بقسمة مجموع أفراد المجتمع على عدد أفراد العينة ، وذلك ضمانا لدخول أفراد المجتمع ضمن احتمال السحب . لتوضيح ذلك ، نفترض أننا نريد سحب عينة عشوائية منتظمة قوامها 8 مفردات ، من قسم للطلبة يضم 40 طالبا . في هذه الحالة نعطي للطلبة أرقاما متسلسلة في القائمة المتضمنة أسماءهم ، فيكون لدينا 40 رقما ، من 1 إلى 40 ثم نحدد المدى بقسمة إجمالي عدد الطلبة على حجم العينة المطلوبة : $5=40/8$. أي أن قيمة المدى هي 5 ، بعد ذلك نضع أرقاما متسلسلة من 1 إلى 5 ، بحيث يكتب كل رقم في ورقة مستقلة، و يتم سحب رقم واحد ، نفترض أننا اخترنا الرقم 3 ، فيكون الطالب الأول في العينة هو الطالب الذي يحمل الرقم 3 بالقائمة الأصلية المتضمنة أسماء الطلبة بشكل متسلسل ، ثم يضاف الرقم 5 ، فيكون الطالب الثاني في العينة رقم 8 ، و هكذا إلى أن نصل إلى العدد المطلوب اختياره في العينة ، و بالتالي تضم العينة الطلبة أرقام : 3 ، 8 ، 13 ، 18 ، 23 ، 28 ، 33 ، 38 و تجدر الإشارة في الأخير إلى أن دورية هذه التقنية أو انتظامها وظفت في الدراسات التي تستعمل تحليل المحتوى ، باسم العينة الدورية ، باستخدام إجراءات مشابهة. **3. . العينة العشوائية الطبقية** : تتعامل مع المجتمعات غير المتجانسة، ويعني أن تتضمن العينة مفردات من الطبقات أو الفئات التي يتكون منها مجتمع البحث ، و يتم اختيار هذه العينة من خلال تقسيم المجتمع إلى فئات ، كل فئة تضم المفردات التي تشترك في صفة معينة . ومن كل فئة يتم السحب العشوائي للمفردات المطلوبة . ونوضح هذه العينة من خلال المثال التالي :نفترض أن المجتمع الدراسة يتمثل في 100 طالب ، منهم 70 ذكور ، و 30 إناث . إن اختيار عينة طبقية من 10 مفردات مثال يعني أن تتم عملية الاختيار عشوائيا على مستوى الذكور على حدة ، ثم على مستوى الإناث ، بحيث تتضمن العينة مفردات من الجنسين ، والاختيار هنا يمكن

أن يتم بأسلوب العشوائي البسيط ، أو بأسلوب العشوائي المنتظم . والعينة الطبقيية يتم توزيعها بالتناسب ، أي أن يكون عدد المفردات التي يتم اختيارها من كل جنس تتناسب مع إجمالي عدده الأصلي ، وبالتالي فإن العينة التي تضم 10 مفردات تعني أن يتم سحب 7 مفردات من الذكور ، و3 مفردات من الإناث. 4. **العينة العشوائية متعددة المراحل** : تسمى أحيانا بالعينة العنقودية ، نستعين بهذا النوع من العينات عندما يكون حجم المجتمع كبيرا ، وتنتشر المفردات على مساحة جغرافية واسعة ، وليس هناك قوائم شاملة للمفردات . و من أجل توضيحها نقدم المثال التالي :

نفترض أننا نريد إجراء دراسة عن اتجاهات الجمهور في مدينة معينة نحو برنامج تلفزيوني ، وأن تلك المدينة تضم 10 مناطق ، في هذه الحالة يمكن اختيار 3 مناطق بإحدى الطرق العشوائية ، ومن هذه البيوت يتم الاختيار العشوائي للعدد المطلوب ، ويتم إجراء المقابلات مع ساكني هذه البيوت التي تم اختيارها ، كأن يتم البحث مع مفردة من كل بيت أو وحدة سكنية . أي أنه في العينة العنقودية يتم اختيار مناطق أو مجموعات وليس أفرادا ، وتسمى كل منطقة أو مجموعة عنقودا ، وبعد ذلك نختار الأفراد من كل عنقود ، ويشترط أن يكون لكل عنقود نفس الخصائص .

5. **العينات غير العشوائية**: وهي العينات الغير الاحتمالية، وفي هذه العينات ال تتاح في اختيارها فرص متساوية لجميع مفردات المجتمع أن يتم اختيارها ضمن العينة ، وال تعميم نتائجها على المجتمع .. ومن هذه العينات **غير العشوائية: العينة العرضية، والعينة المقصودة، وعينة الحصر** .أ. **العينة العرضية** : العينة العرضية هي العينة المتاحة ، بمعنى أن يجري الباحث دراسته على الأشخاص الذين يصادفهم ، أو اللذين تتاح مقابلتهم ، كأن يذهب إلى التجمعات أو المؤسسات أو الأماكن التي يوجد فيها الأشخاص الذين يمكن أن يحصل منهم على المعلومات المطلوبة ، ويجري المقابلة مع أي شخص يقابله، مثل ما يحدث في معظم التحقيقات العالمية حينما يسأل العالمي أول من يصادفه في الشارع . وتعتبر المعاينة العرضية نوعا من المعاينات غير الاحتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع الدراسة، فتختار هذه العينة لأنها متاحة ومريحة، وتفيد نتائج العينة العرضية في حدود معينة ومن الصعب تعميم نتائجها على المجتمع.

ب. **العينة القصدية** : تعني أن يعتمد الباحث أو يقصد إجراء الدراسة على مفردات معينة ، و قد يكون هذا التعمد العتبارات علمية ، كوجود أدلة منطقية تمثل أن هذه العينة تمثل المجتمع ، وقد تكون العينة القصدية مبررة العتبارات واقعية أو منطقية ، كأن يتم إجراء دراسة على عينة من الذين حضروا أحد المؤتمرات العلمية لمعرفة رأيهم في تنظيم المؤتمر . وهناك عينة قصدية

الاعتبارات غير علمية، كأن يعتمد الباحث إجراء دراسة على عينة معينة بسبب سهولة الوصول إلى الأفراد ، ووجودهم بالقرب من الباحث أو في المكان الذي يعمل فيه، في هذه الحالة العينة تكون قصدية لكن نتائج الدراسة التي أجريت على هذه العينة ال يمكن تعميم نتائجها على المجتمع .

ومن بين العينات القصدية، عينة الخبراء التي تتطوي على تجميع عينة من الأشخاص ذوي تجربة معروفة أو ذوي خبرة في بعض المجالات . ويشرف على تشكيلها عادة فريق من الخبراء . ومن أسباب العمل بعينة الخبراء . أأن ذلك من شأنه أن يكون أفضل وسيلة للحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة . في هذه الحالة تعتبر عينة الخبراء في جوهرها 1 مجرد نوع من أنواع المعاينة القصدية. 6. . **العينة الحصصية** : يقصد بعينة الحصص أن تتضمن العينة عددا من المفردات تنتمي إلى الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر ، فإذا كان المجتمع يضم الذكور و الإناث ، فإن العينة تتضمن مفردات من الذكور ومفردات أخرى من الإناث دون أن يتم اختيار المفردات بالطريقة العشوائية . و يمكن توضيح هذه العينة من خلال المثال التالي : نفترض أننا نريد إجراء دراسة على مجتمع مفرداته من الطلبة ، يتوزعون حسب التخصصات بين 600 طالب في التخصصات العلمية و 400 في التخصصات الأدبية ، فإذا كان حجم العينة قد تحدد ب 100 مفردة فإن عينة الحصص تتوزع كآآآتي : 60 مفردة من التخصصات العلمية، و 40 من الأدبية. ويتم إجراء المقابلات مع العدد المطلوب من كل فئة دون الالتزام بعشوائية الاختيار ، فكل المطلوب هو أن تضم العينة حصة من كل فئة حسب وجودها في المجتمع . لكنها تختلف عن العينة الطباقية في كون المستطلع حر في اختيار مفردات العينة من كل طبقة أو حصة ، حيث يستخدم التقدير الشخصي لاختيار الوحدات العينية من كل مجموعة على أساس نسبة محددة ذاتيا، أي مع عدم مراعاة ضرورة تطابق عدد الوحدات المختارة مع نسب مختلفة 2 الفئات في مجتمع الدراسة . و كغيرها من العينات الغير العشوائية ال يمكن تعميم نتائج عينة لحصص على المجتمع لأنها تفتقد شرط عشوائية الاختيار ، بمعنى أنه لم نتح الفرص المتساوية لكل مفردات المجتمع لتكون ضمن العينة 7. . عينة الكرة الثلجية : في عينات الكرة الثلجية نبدأ من خالآ تحديد شخص مستوفي لمعايير إدراجه في الدراسة ثم نطلب منه أن يوصينا بآخرين من الذين يعرفهم و ممن يستوفون المعايير أيضا، وهكذا دواليك .. و بالتالي يبدو حجم مفردات العينة و كأنه ينمو تدريجيا مثل كرة الثلج المتدرجة. و مع تزايد حجم العينة تتراكم البيانات المناسبة و المفيدة للبحث . وعلى الرغم من أن هذا الأسلوب من شأنه أن يؤدي بالكاد إلى عينات تمثيلية ، فهناك حالت قد يعتبر فيها أفضل طريقة متاحة، وخاصة عندما نتعامل مع

أقلّيات ، مجموعات خفية يصعب على الباحثين مقابلة مفرداتها أو يكون من الصعب العثور عليها

.