

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

مطبوعة بيداغوجية خاصة بالترشح لمصف أستاذ التعليم العالي

حول مقياس تقييم الرأي العام

السنة الأولى ماستر أكاديمي

تخصص : الاتصال و العلاقات العامة

إعداد : الدكتور عبد الكريم تفرقنيت

أستاذ : محاضر (أ)

السنة الجامعية : 2025-2026

برنامج مقياس تقييم الرأي العام

الفهرس :

مقدمة:

الفصل الأول : الرأي العام .. مفهوم وتطوره

- 08..... مفهوم الرأي وتعريفه .
- 11 القواسم المشتركة بين التعريفات .
- 12..... نشأة الرأي العام وتطوره .
- 14..... الرأي العام .. بين النظري والتطبيقي .
- 15..... المفاهيم المتقاربة من الرأي العام .
- 19..... أسباب ظهور الرأي العام .
- 20..... أهمية الرأي العام .
- 21..... أنواع الرأي العام .
- 24..... تقسيمات الرأي العام .
- 26..... خصائص الرأي العام .
- 29..... تكوين و تشكيل الرأي العام .
- 33..... أساليب تغيير الرأي العام أو (صناعة الرأي العام).
- 38..... الرأي العام والديمقراطية .
- 41..... الرأي العام الالكتروني .

الفصل الثاني: قياس الرأي العام

- 47..... نشأة وتطور قياس الرأي العام .
- 48..... القياس.. من التكهّن إلى المنهج العلمي .
- 50..... مفهوم سبر الرأي .

- 51.....التقسيم الوظيفي لمسح الرأي العام .
- 52..... أهمية قياس الرأي العام .
- 53..... الجهات والهيئات التي تقوم بالقياس .
- 54..... مشكلات أو معوقات قياس الرأي العام في الدول العربية .
- 55..... الخطوات المتبعة لانجاز عملية قياس الرأي العام .
- 56..... ماذا نقيس في عمليات سبر الرأي .
- 57..... أدوات قياس الرأي العام .
- 57..... - الاستمارة (الاستبيان) أو الاستبانة .
- 74..... - الملاحظة .
- 75..... - المقابلة .
- 76..... - تحليل المضمون (المحتوى) .
- 81..... -البريد الالكتروني .
- 81..... - الانترنت .
- 82..... تقنيات أو أجهزة قياس الرأي العام .

الفصل الثالث : العينات في قياس الرأي العام

- 87.....تعريف العينة.....
- 88..... تصنيف العينات .
- 88..... الصنف الأول : العينات العشوائية (الاحتمالية) .
- 91..... الصنف الثاني : العينات غير العشوائية (غير الاحتمالية) .

مقدمة :

تعود جذور التفكير حول الرأي العام ومظاهره الأولى إلى القدم، وتتمثل إرهاباته الأولى إلى عهد الإغريق، حتى إن كانت ليست بمثل الصورة والشكل، اللذان نعرفهما الآن عنه.

ومنذ الأزل كانت معرفة ما يدور وما يجري لدى عامة الناس من ضمن هواجس واهتمامات الحكام والسلاطين عبر كل العصور التي مرت بها البشرية، وما زال هذا الهاجس قائماً حتى الآن.

أخذ المفهوم الحالي للرأي العام يتطور، حيث بدأ المفكرون يحملون على عاتقهم مهمة البحث في العصر الحديث، عن تحسين وتجويد طرق تسيير شؤون الرعية، وأساليب حكم الشعوب، حتى أن أوائل علماء الاجتماع الذين تطرقوا إلى الرأي العام، منحوه هالة تقترب من القداسة المعنوية من خلال تسميته بـ " عقل الجماعة " و " الضمير الجمعي " لدى البعض أو العقل العام " و صوت الشعب " لدى البعض الآخر.

وقد ارتبط الرأي العام في كل مراحلها، منذ ظهوره كمصطلح وكممارسة، بالممارسة الديمقراطية، فكانت عمليات قياس حجمه وتوجهاته، تعرف ارتقاء وازدهارا، كلما ارتقت وازدهرت الممارسات الديمقراطية داخل المجتمعات ولدى الشعوب، فالعلاقة وطيدة بين قياسات الرأي العام والممارسات الديمقراطية .

وبالمفهوم البسيط، يتطلب الرأي العام، وجود قضية أو مسألة تثير الرأي العام تكون محل اهتمام، سواء في حالات السلم، كما في حالات النزاعات والحروب . كما يتطلب ووجود جمهور يهتم بمسألة معينة، فالرأي العام، يعبر غالبا عن مسألة جماعية، وليست فردية، وهي مسألة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو فنية أو عقائدية أو غيرها.. سواء مسألة محلية، وطنية، إقليمية أو دولية أو إنسانية. و تتم مناقشة هذه المسألة، وقد يحدث حولها جدل عبر وسائل الإعلام أو الاتصال أو من خلال التجمعات في الأماكن أو بالنوادي والجمعيات. ويتوفر في المسائل التي تصبح قضايا رأي عام، عناصر الزمن أو

الفترة، والظروف . وتكون الفكرة التي يتبناها الرأي العام من الأغلبية، و يمكن أن تكون أيضا من الأقلية، بواسطة جماعات الضغط أو اللوبيات. و يتوفر في قضايا الرأي عامل التأثير، الذي قد يصل إلى حد التأثير على اتخاذ القرارات .

لكن قبل أن نصل إلى هذا، يجب أن يتم التعبير عن الرأي العام والإفصاح عنه، ففي ظل عدم وجود تعبير، لا يمكن القول بأن هناك مسألة الرأي العام، وبدون قياس حجم ومعرفة طبيعة وتوجهات الرأي العام، وإجراء عمليات سبر الرأي داخل المجتمعات، لا يمكن الحديث عن شدة الرأي العام ، ومدى تأثيره على الحكام واتخاذ القرار.

هذه المطبوعة، تتضمن برنامج مقياس " تقييم الرأي العام " الذي يتم تدريسه بكلية علوم الإعلام والاتصال، بجامعة الجزائر3، لطلبة الماستر، تخصص علاقات عامة، السنة الأولى.

وقد قمنا بتقسيم محتوى البرنامج إلى ثلاثة فصول، هي :

الفصل الأول، تناولنا من خلاله، الرأي العام ، مفهومه وتطوره وكيفية تشكيله، واستعرضنا مراحلها بين النظري والتطبيقي ، كما تطرقنا إلى أهمية الرأي العام وأسباب ظهوره ، وكذا المفاهيم المتقاربة من الرأي العام ، أنواع الرأي العام و تقسيماته وخصائصه ، ثم تطرقنا إلى كيفية تكوين و تشكيل الرأي، و أساليب تغيير الرأي العام أو صناعة الرأي العام، لنصل إلى الرأي العام الإلكتروني، وقد تناولنا هذا النوع، الذي استحدثته التكنولوجيا الجديدة ، وانتشار شبكة الانترنت ، من حيث تشكيله ، وخصائصه ، ومزاياه في عصرنا الحالي .

وفي الفصل الثاني، كان مجال الدراسة هو قياس الرأي العام وأهميته، وتم التطرق إلى القياس..من التكهّن إلى المنهج العلمي، وإلى الجهات والهيئات التي تقوم بالقياس، ثم تناولنا الخطوات المتبعة لإنجاز عملية قياس الرأي العام، وتطرقنا إلى بعض مشكلات أو معوقات قياس الرأي العام ، خاصة في الدول العربية . وفي ختام الفصل ، استعرضنا أدوات قياس الرأي العام ، من بينها الاستمارة (الاستبيان) أو الاستبانة ، ثم الملاحظة ، المقابلة ، ثم تحليل المضمون (المحتوى) .

في الفصل الثالث ، تناولنا العينات في قياس الرأي العام ، وتطرقنا إلى أنواعها ، وطرق استخدامها في بحوث الرأي العام.

الفصل الأول

الرأي العام .. مفهومه وتطوره وكيفية تشكيله

1. تعريف الرأي العام :

1.1. المفهوم اللغوي :

يتكون مصطلح الرأي العام من كلمتين:

- الرأي، هو لغة حسب المعجم الوسيط ، الاعتقاد والعقل والتدبر والنظر والتأمل.
وكلمة الرأي، لاتينية الأصل، ويقصد بها، فكرة أو رأي أو معتقد فكري. ولهذا يذهب إلى الإشارة إلى أن الرأي العام هو أن عامة الناس.

- أما العام، فيعني الشامل وعكسه الخاص، كما ورد في المعجم العربي الأساسي.

وجاء مصطلح الرأي العام ، مترجما من اللغة الانجليزية ، ويكتب بالانجليزية

Public Opinion ، بينما يكتب بالفرنسية Opinion Publique .

ويكون أصل الرأي العام نابعا من اللغة الفرنسية، ويعني الجمهور أو العامة، أو عموم الشعب، وهي كلمة جاءت مع الثورة الفرنسية، وتم استحداث مدلولاتها ومعانيها الحديثة في عصرنا الحالي.

2.1. المفهوم الاصطلاحي :

من بين التعاريف الاصطلاحية للرأي العام، نورد ما يلي :

- تعريف فيلاند Fyland يرى أن الرأي العام ليس رأي الشعب بأكمله، بل يصح أن نعتبره فئة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى " وهناك من يسقط عامل الأغلبية ، وهو ما يشير اليه بلومر ب " التأثير الأقوى".

- هربرت بلومر Herbert Blumer ، هو من أوائل علماء الاجتماع الذين درسوا الرأي العام ويرى أنه " نتاج للتفاعل بين جماعات ، يحدث في سياق اجتماعي سياسي ، وهو ليس بالضرورة رأي الأغلبية ، أو الرأي الشائع بين الأفراد، حيث يمكن أن يكون لرأي بعض جماعات الأقلية تأثير أقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه من تأثير رأي جماعة الأغلبية"¹ وحسب هذا التعريف ، فإن الرأي العام يتجه نحو اتخاذ قرار ، فبلومر يرى أن التعبير عن الرأي العام يتضمن الوصول به إلى أصحاب اتخاذ القرار.

¹- عبد الكريم علي الدببسي، الرأي العام .. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الثانية ، الأردن ، 2016 ، ص 33

– يرى Jemes Bryce جيمس برايس، أن الرأي العام " هو مجموعة الآراء في القضايا والموضوعات التي تهم الجماعة وتؤثر فيها". وهذا التعريف يشترط التأثير، وهي المرحلة الثانية في مسيرة الرأي العام.

– أما DW Mine (مينا) فيسجل أن "الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات والمشاعر التي يكونها قطاع كبير من الناس في فترة معينة تحت تأثير الدعاية". وهذا التعريف يؤكد على الفترة الزمنية التي هي عامل مهم في الرأي العام، كما يؤكد أيضا على مسألة الدعاية، وهي التي أصبحت شرطا له أهمية قصوى في تشكيل وتكوين الرأي العام.

– V. O. Key (كي) يؤكد أن "الرأي العام هو تلك الآراء التي يعتقها بعض الأشخاص، والتي من الحكمة إتباعها. ويشدد "كي" على كلمة بعض الناس، ثم يضيف معطى جديد هو إتباع وتطبيق الحكومة لما يعتقد ويتبناه الرأي العام، فهذا التعريف يقوم بثمين التأثير الذي يذكره "برايس" ويقر بضرورة وصول الرأي العام وفقا لما يذكر "بلومر" إلى الحكومة لاتخاذ قرار بخصوصه.

– بينما يرى W. Phillip Davison دايفسون فليب، أن "الرأي العام هو مجموعة آراء حول قضية ذات اهتمام بمصالح عامة (تهم الجماعة كما سبق في تعريفات أخرى) وغالبا ما تمارس هذه الآراء تأثيرها حول سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة" (يؤكد التعريف على السلوك بالنسبة للفرد وللجماعة وهو تفسير نفسي اجتماعي) وي طرح التعريف نفسه، عامل الوصول إلى أصحاب القرار والتأثير على الحكومة. وهنا يلتقي مع تعريف "دايفسون" بخصوص أن الحكومات تتخذ قراراتها انطلاقا من أوساط الرأي العام.

– أما جون ستيوارت ميل John Stewrt Mille فيرى أن "الرأي العام هو ما يريده المجتمع أو الجزء السائد، أو ما لا يريده". ويعتبره الأمر الحاكم الذي يقود بصفة عملية القواعد التي يجب مراعاتها، وعدم تعارضها مع القانون الدولي. هذا التعريف يضيف معطى جديد، وهو المعطى الدولي، الذي يطرح عديد من التساؤلات بخصوصه؟ خاصة في هذا الظرف الذي تشن إسرائيل حربا على غزة قتلت فيها الاف الفلسطينيين، نصفهم أطفال ونساء ..) مقابل عدم تحرك الرأي العام الدولي لإيقاف هذه المجازر ضد الإنسانية.

يوضح Floyd.H.Allpor فلوريد البورت، فيوضح في بحثه المعنون ب" نحو علم للرأي العام بأنه" تعبير عدد كبير من الأفراد عن آرائهم حول موقف معين، تأييدا أو معارضة، بحيث

يكون عدد المؤيدين أو المعارضين كافيا لممارسة التأثير على موضوع أو سياسة معينة سواء كان التأثير مباشرا أو غير مباشر، وسواء كان تعبيرهم بمبادرة منهم أو بناء على استفتاء يقدم لهم".²

- يرى Ferdinand Tönnies فيرديناند تونيز، وهو عالم اجتماع ألماني، ومؤلف كتاب الجماعة والمجتمع المدني " في تعريفه أن "الرأي العام يتمتع بوظيفة اجتماعية في المجتمعات العامة مكافئة لتي يتمتع بها الدين في المجتمعات المحلية".³

- يعتبر Jürgen Habermas يورغن هامبرماس، العالم الألماني المعاصر، وفيلسوف النقد والتواصل، أن الفضاء العام، يمكن أن يتشكل بشيء يقترب من الرأي العام ويحدد كفاءات تشكيل الرأي العام من خلال ثلاث سمات هي : الوصول الشامل والنقاش العقلاني وتجاهل المرتبة ، ويعتقد بأن هذه السمات لم تعد موجودة في البلدان الديمقراطية الليبرالية الغربية، حيث أصبح الرأي العام في الديمقراطيات الغربية ، معرض بصورة كبيرة لتلاعب النخبة.⁴

- ويورد كتاب "الرأي العام.. الأسس النظرية والجوانب المنهجية " أن "الرأي العام في مجتمع ما، هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب ، تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياسية أو تربوية أو فنية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو وطني أو دولي، وقد تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد المجتمع ويثور حولها جدل، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به".⁵

² - شبكة النبا المعلوماتية <https://annabaa.org/nbanews/2009/12/219.htm> ، اطع عليه بتاريخ 2023.12.23 .

³ - Habermas, Jürgen (1991). "The Public Sphere". في Mukerji C ؛ Schudson, M. Rethinking popular culture. Contemporary perspectives in cultural studies .Berkeley: The University of California Pres .P 398-400 (المحررون).

⁴ . Rolf Fechner/لارس كلوسن/Arno Bammé (eds.): Öffentliche Meinung zwischen neuer Religion und neuer Wissenschaft. Ferdinand Tönnies' "Kritik der öffentlichen Meinung" in der internationalen Diskussion, in: Tönnies im Gespräch, tom. 3, Munich/Vienna: Profil 2005, (3-590-89019-3 (ردمك)).

⁵ - سمير محمد حسين، الرأي العام .. الأسس النظرية والجوانب المنهجية ، عالم الكتب ، القاهرة ، (1997) ، ص 29

2. القواسم المشتركة بين التعريفات :

- من بين النقاط المشتركة بين التعريفات المذكورة ، والتي توضح المعطيات التي ينبغي أن تتوفر في الرأي العام، ما يلي:
- وجود قضية أو مسألة تثير الرأي العام تكون محل اهتمام، ومن الأمثلة على ذلك، الحروب والنزاعات والأزمات، الانتخابات، وغيرها..
 - وجود جمهور يهتم بمسألة معينة .
 - الرأي العام، يعبر غالبا عن مسألة جماعية، وليست فردية.
 - تكون مسألة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو فنية أو عقائدية أو غيرها..
 - هي مسألة محلية، وطنية، إقليمية أو دولية أو إنسانية.
 - تتم مناقشة هذه المسألة ، وقد يحدث جدل حولها عبر وسائل الإعلام أو الاتصال أو من خلال التجمعات في الأماكن أو النوادي والجمعيات ..
 - يتوفر في المسائل التي تصبح قضايا رأي عام، عناصر الزمن أو الفترة ، والظروف ..
 - تكون الفكرة التي يتبناها الرأي من الأغلبية، و حتى من الأقلية ، بواسطة جماعات الضغط أو اللوبيات..
 - يتوفر في قضايا الرأي عامل التأثير.
 - يجب أن يتم التعبير عن الرأي العام والإفصاح عنه، ففي ظل عدم وجود تعبير، لا يمكن القول بأن هناك مسألة الرأي العام..

3. نشأة الرأي العام وتطوره:

يعتبر المفكر جون جاك روسو "jean jacques rousseau" وهو أول المنظرين السياسيين، الذين تحدثوا عن مفهوم الرأي العام. وقد تم استخدام مصطلح الرأي العام لأول مرة في القرن الثامن عشر أثناء الثورة الفرنسية على لسان وزير المالية للملك لويس السادس عشر، جاك نكير " Jacquis Necker .

يطلق على الرأي العام عديد من التسميات، فهو " عقل الجماعة" ، " الضمير الجمعي" لدى جون جاك روسو، وسماه مونتيسكيو Montesquie " العقل العام"، وأكد ميكافلي Niccola Machiavelli أنه " صوت الشعب".

- في عصر الإغريق ، كانت المدن اليونانية القديمة، مجالاً لإظهارها يمكن القول أنه بداية الاهتمام بالرأي العام في شكله الأول، حيث كان التوجه نحو تكوين الرأي العام يتم بواسطة الحوارات والمناقشات والندوات، والخطب والتدخلات الكلامية السياسية والدينية والعسكرية، التي يتم إطلاقها لتعبئة الجماهير وشحن همم الناس، في الجمعيات العامة والساحات العمومية، بغية تجنيدهم في سياق ما، والدفاع عن قضية معينة. وان كان تركيز Platon أفلاطون ، واهتمامه كان على الفلسفة ، فهي المحرك للناس. فان ارسطو Aristote اهتم الناس، أو ما يعرف حالياً بالرأي العام، ويرى أن المشاعر الجماعية العامة، يمكنها أن تسهم في إيجاد الفطرة السليمة للمواضيع السياسية.

- في عهد الرومان، اهتم "يوليوس قيصر" بمناقشات مجلس الشيوخ ومجلس النواب وجعل الجمهور يتابعها ويهتم بها، وقام بتأليف كتاب في هذا الاتجاه عام 59 قبل الميلاد .

- في الحضارة الصينية ، كانت تعليمات " كونفوشيوس " حول إرادة الشعب ، تعطي أهمية للرأي العام .

- وفي الإسلام، يمكن القول أن " الشورى" في إدارة شؤون المجتمع ، شكلاً من أشكال الاهتمام بالرأي العام ، والمشاركة في صنع القرار السياسي. والشورى هي استطلاع الرأي من ذوي الخبرة ، أي رأي عام الصفوة ، وقد كان الرسول (ص) يأخذ برأي الصحابة في القضايا المصيرية ، مثلما هو الحال في غزوة "بدر"، وغزوة "الخندق" .

- في القرن الثامن عشر، برزت جمعيات ونوادي ذات طابع اجتماعي ثقافي وسياسي، مثل "مقاهي انجلترا"، و" صالونات باريس"، و"مجتمعات المائدة" في ألمانيا ، تنظم فيها ندوات

أدبية ومناظرات ثقافية و سياسية ، وهذا ما ساهم في انتشار الثقافة السياسية، التي عرفت ازدهارها مع نشوء و صعود الطبقة المتوسطة إلى الواجهة في المجتمعات الغربية ، مما جعل الشعب وخاصة الطبقة المثقفة تستمد قوتها ونفوذها من تبادل المعلومات والفكر النقدي. وقد مهدت هذه الأجواء بأن يظهر الرأي العام في أوساط هذه الطبقة المتوسطة ، التي اتسمت بسمات البرجوازية على العموم، وساهمت في مواجهة نظام الحكم الاستبدادي آنذاك. وفي هذا القرن (الثامن عشر) كان أول ظهور لكلمة الرأي العام من خلال مؤلفات المفكر الفرنسي جون جاك روسو.

-القرن التاسع عشر، يمكن اعتباره مفترق الطرق بالنسبة للرأي العام، فقبله ، كان التنظير للرأي العام بكتابات فلسفية منذ مؤلفات"جون جاك روسو".أما في القرن التاسع عشر، فقد ازداد الاهتمام بالرأي العام ، حتى أنه ظهرت بدايات الدراسات النقدية المعارضة له ، والتي تبنتها مجموعة من المثقفين الذين لم ينل رضاهم الاهتمام الكبير بالرأي العام، وقد ذهبوا إلى حد وصفه بالضعف والحماسة والتحيز والشعور الخاطئ، وذلك ابتداء من عام 1881 من خلال العديد من الكتابات والمؤلفات لبعض المفكرين، من بينهم مؤلفات المفكر الأمريكي جيمس برايس، ثم كتاب" أفكار حول الرأي العام " لـ "جان فون جرسدورف" وكتاب " السلطة لـ "فرانزفون" والرأي العام ، للمفكر " جورج كونيل" وكتاب " طبيعة الرأي العام وقيمه للكاتب هولتر ندروف".

- في القرن العشرين، مع الحرب العالمية الأولى (1914 - 1918): تم طرح تساؤلات حول دور الإعلام في تشكيل وتوجيه الرأي العام في تلك الحرب. وقد استعملت الدول المتحاربة أساليب متنوعة لتعبئة الرأي العام، وازداد الاهتمام أكثر بتعبئة الرأي العام في الحرب العالمية الثانية (1939-1945) ثم في الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي من ستينيات إلى ثمانيات القرن العشرين.

4. الرأي العام .. بين النظري والتطبيقي :

تم توسع الاهتمام بالرأي العام من الناحية النظرية، في القرن العشرين، ليشمل مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث ركز المفكرون على المفاهيم التي اعتمدها علماء النفس وعلماء الاجتماع، فظهر تفكير جديد بخصوص تفسير الرأي العام من الناحية العاطفية والانفعالية. وخلص علم الاجتماع وعلم النفس إلى اعتبار الرأي العام، أحد ضوابط الاجتماعية في دراسات السلوك الفردي والسلوك الجمعي.

وهناك من يعتبر، بأن فترة القرن العشرين ما تزال أهم فترات ازدهار الرأي العام من الناحية النظرية مثل *Phillips Davison*. W فيليب دافسون " المفكر البريطاني، الذي يرى أن بحث Floyd.H.Allpor " فلوريد البورت " المعنون ب " نحو علم للرأي العام " والمنشور في مجلة الرأي العام الأمريكية عام 1937 هو من أفضل المقالات النظرية التي كتبت حول الرأي العام حتى الآن.⁶ مع الإشارة إلى أن هذا البحث يتطرق للكثير من الجوانب التي تتعلق بالرأي العام.

وهذا يعني أن الاهتمام بالرأي العام كان أكثر في بدايات القرن العشرين مما كان عليه في نهاية القرن نفسه، كما يعني أن مجال التنظير للرأي العام ، لم يتقدم كثيرا، بل هناك تأخرا في الجانب النظري.

كما قد يعني هذا، بأن الدراسات التطبيقية للرأي العام قد تقدمت، بشكل أقوى من الدراسات النظرية. فمذ بداية القرن العشرين، أخذ الاهتمام بالرأي العام مسارا تطبيقيا، ميدانيا، من خلال الدراسات والبحوث الأمبريقية، التي تأخذ طابع الدراسة والتحليل بشكل علم، من خلال عمليات سبر الرأي واستطلاعات الرأي .

فقد بدأ الاهتمام بالدراسات التطبيقية (الميدانية) منذ ثلاثينيات القرن العشرين، وذلك بإنشاء معاهد قياس ودراسة الرأي العام مثل معهد " غالوب " الذي أنشأ بالولايات المتحدة الأمريكية ثم أنشأت بعده، عديد من معاهد قياس الرأي العام في العالم. لكن ازدهار الدراسات

⁶ - شبكة النبا المعلوماتية <https://annabaa.org/nbanews/2009/12/219.htm> ، اطلع عليه بتاريخ 2023.12.23 .

التطبيقية للرأي العام، كان مع أواخر القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين ، بعد تعدد وسائل التعبير عن الرأي، من الندوات والمؤتمرات، والجرائد والإذاعات والسينما والقنوات التلفزيونية الفضائية ، وبالأخص بعد ظهور ثم انتشار الانترنت، وصعود وسائل الاتصال الجديدة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، التي جعلت الرأي العام صاحب سلطة حقيقية .

5. المفاهيم المتقاربة من الرأي العام :

تظهر عديد من المصطلحات، تقترب مفاهيمها من الرأي العام ، من بينها :

1.5 الحشد أو الجماهير : وهو جماعة مؤقتة من الناس في ظرف معين، يتبادل أفرادها

التفاعل فيما بينهم، ولهم اهتمام واحد. ويرى "غوستاف لوبون" وهو انثروبولوجي فرنسي Gustave Le Bon أن الحشد هو: تجمع الأفراد في مكان معين حسب المهنة أو الجنس في فرص معينة. ويتم تجسيد سلوك الحشد من خلال ثلاثة أسباب رئيسية :

- يتجرد الفرد داخل الحشد من القيود المدنية.
- تنتشر العواطف والأفعال أثناء بسرعة من خلال التقليد التلقائي.
- تختفي الشخصية الواعية، وتكاد تزول تحت تأثير الحشد، ويصبح الفرد خاضعا للاواعي.
- ويتميز الحشد، كونه : تجمع أفراد، ينعقد فيه التنظيم، وتهيمن على الحشد المشاركة الوقتية في الانفعال، وفي الاهتمام أو الهدف العام .
- والحشد هو وسيلة وآلية، تعرض من خلالها الطبقات الشعبية مطالبها وانشغالاتها.
- يوضح "هربرت بلومر" Herbert Blumer عالم اجتماع أمريكي، من انصار التفاهة أن هناك أربعة أنواع من الحشد هي :

- الحشد العارض: مثل احتشاد وتجمع أفراد لمتابعة حادث عرضي، كحادث اصطدام سيارة.

- الحشد النظامي : يحدث في بعض المناسبات ذات الطابع الاستعراضية، مثل مشاهدة

فيلم سينمائي أو عرض مسرحي، وفي المقابلات الرياضية، مثل كرة القدم، وكرة اليد..

- الحشد الفاعل: يظهر في المظاهرات والاحتجاجات الجماعية، ويأخذ شكلا انفعاليا، حيث

يتم الاندفاع والحدة الجماهيرية، وغالبا ما يكون هدفه تحقيق مطالب.

- الحشد المعبر: يحدث بصفة حركية، وقد تكون أيضا لفظية، في العبادات والطقوس

العقائدية، في الأديان والمعتقدات التعبدية مثل المصلين ..

2.5. العامة : يعرفها "هربرت بلومر" بأنها عبارة عن "مجموعة غير منظمة، يتغير حجمها وعضويتها بتنوع القضية، وبدلاً من أن تملأ عليها أنشطتها، تقوم هي بجهد للتوصل إلى تصرف، وبذلك تكون مجبرة على إيجاد نشاطها.

والعامة حسبها، هي إشارة إلى مجموعة من الناس، الذين :

- يتعرضون وتواجههم مشكلة معينة، أو يتبنون قضية ما،
- وينقسمون في أفكارهم حول كيفية مواجهة هذه المشكلة أو القضية،
- ويدخلون في نقاش حول هذه المشكلة أو تلك القضية.

ويعتبر "روبرت بارك" Robert Park عالم الاجتماع الأمريكي، ومؤسس مدرسة شيكاغو أن الحشد والعامة هما من وسائل وآليات التغيير والتكيف الاجتماعي، حيث أنهما أشكالا اجتماعية عابرة ، تتخذهما التنظيمات الاجتماعية للانتقال إلى تنظيمات أخرى فالحشد عاطفي أكثر من العامة، التي تتميز بالنقاش والمعارضة، في الحشد يتم التعاطف، ولدى العامة تفكر وتستنجد مع الآخرين.

3.5. Masses الجماهير: هي كتل وتجمعات بشرية كبيرة، تضم مجموعة متنوعة، ليس بناء أو تكوين محدد، ولا تتكون بحكم الوقت أو المساحة، أي أن أفرادها لا يجتمعون معا ولوجه لوجه، ولا في وقت معين لأمر معين، وتتألف الجماهير من أفراد ليس لهم شخصية مميزة تتسم بتفاعل أو اتصال ضئيل جدا بين أفرادها، حيث تتضمن أناسا من كل طبقات المجتمع.

وتتميز الجماهير بتفككها السريع، فهي أكثر تفككا من الحشد والعامة، ولا يمكن لأفرادها التصرف بتجانس وتناغم، وما يجمعها بعيد عن العاطفة المشتركة بين أفرادها، على خلاف الحشد الذي يتميز بالعاطفة.

والجماهير لا تدخل في نقاشات ولا في جدل فيما بين أفرادها، وما يميزها عن غيرها (الحشد والعامة) هو التركيز المشترك للاهتمام أو الانتباه، فأفرادها يتصرفون لتلبية لاحتياجاتهم الشخصية واستجابة لها، ولا يعملون تحت توجيه أي إرادة جماعية، وهم ينفردون بعامل الاستقلالية، التي يمكن أن تصل إلى حد الانفصالية.

فالجماهير ، كتلا متعددة ومتنوعة، تتكون من مجموعات من الجمهور، فهي أكثر حجما وأكثر اتساعا من الجمهور، الذي يعتبر جزءا منها، حيث تضم الجماهير مثلا، جمهور الفن، وجمهور الرياضة، وجمهور فنان نجم غنائي، وجمهور ممثل سينمائي، وجمهور وسائل الإعلام، هذا الأخير، يحظى باهتمام في عصرنا الحالي، وتجرى دراسات لقياسه ومعرفة توجهاته.

تبقى الإشارة ، كما يقول "هربرت بلومر" هو أن العامة قد تتحول إلى حشد تحت ظرف الإثارة العاطفية، مما ينتج عاطفة عامة وليس رأيا عاما، وهو أمر غير مقلق وغير خطير. ولكن الأهم أن لا تتحول الجماهير إلى حشد، تسيطر عليه العاطفة واللاوعي عندها تكون مبعثا للقلق والخطر.⁷

⁷ - المرجع نفسه ، الدبيسي ، ص 47 .

الجدول رقم (1)

مقارنة بين عناصر ومقومات الحشد والعامّة والجماهير

الجماهير	العامّة	الحشد	
مجموعة من كل طبقات المجتمع يتصرفون استجابة لاحتياجاتهم الشخصية	مجموعة من الناس تواجههم مشكلة او قضية	مجموعة من الناس تربطهم العاطفة المشتركة	1
أكثر تفككا في تنظيمها عن الحشد والعامّة.	مجموعة غير منظمة تفنقر إلى الخصائص المميزة للمجتمع.	مجموعة يربطها نوع من التنظيم العفوي	2
حجمها أكبر من الحشد والعامّة لكنها تتسم بتفاعل واتصال ضئيلين جدا بين أفرادها .	يتغير حجمها وعضويتها بتنوع القضية	يتحدد حجمه تبعا لظروف الزمان والمكان	3
	تتحول العامّة إلى حشد تحت ظروف الإثارة العاطفية .		

6. أسباب ظهور الرأي العام:

من عوامل وأسباب ظهور الرأي العام ما يلي :

- يمكن اعتبار الممارسة الديمقراطية، من بين أهم العوامل التي أدت إلى الاهتمام بالرأي العام وقياسه، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية في بداية نشأتها، هي الدولة الأولى التي بادرت بأولى عملية قياس الرأي العام، حيث قام الكونغرس الأمريكي بعد تأسيسه مباشرة ، بتكليف شركتين بعلمية استطلاع آراء الأمريكيين حول حرب الاستقلال عام 1774، وبعدها في عام 1824، بدأت استطلاعات الرأي حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية.
- ظهور المدن الكبيرة بعد الثورة الصناعية، ووجود تجمعات جماهيرية كبيرة، أفرز تشكل حشود بشرية في مواقع متقاربة مكانيا، مما سهل عملية الاتصال الفوري بين الناس وتبني آراء معينة، حول قضايا ومسائل بصفة فورية.
- التقدم العلمي التكنولوجي: أدى إلى تكثيف عملية التواصل البشري بطرق تكنولوجية عبر الاتصالات السلكية واللاسلكية، والكابلات والأقمار الصناعية، التي سهلت عمليات الاتصال.
- ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية، من خلال الوسائل السمعية البصرية وغيرها، من إذاعة وتلفزيون ثم الانترنت في وقتنا الحالي .
- انتشار التعليم، والتخفيف من الأمية والجهل، بظهور الطباعة والكتب، وتعميم القراءة بين الناس، مما أدى إلى رفع الوعي الجمعي.
- في الوقت الحالي ، برزت وسائل الاتصال الجديدة، و مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا المنتديات الافتراضية ومواقع الدردشة ، وهي وسائل أكثر فاعلية في مجال الاتصال، مما جعل الحشود تأخذ الطابع الافتراضي والرأي العام يكون افتراضيا، والتأثير يكون افتراضيا وفي الواقع في الوقت نفسه، كما ظهر على سبيل المثال فيما أطلق عليه "الثورات العربية".

7. أهمية الرأي العام :

تختلف أهمية الرأي العام و قوة تأثيره على صنع القرار من دولة لأخرى ومن نظام سياسي لآخر ، بسبب طبيعة الدول والأنظمة، وإيديولوجيتها، وقوتها، وتفتحها نحو الآراء، وديمقراطيتها. وتتمثل أهمية الرأي العام من خلال مجموعة عناصر هي :

- صنع القرار : أصبح الرأي العام يشكل أحد العوامل المهمة في صنع القرار بمختلف أنواعه وأشكاله، السياسي والاقتصادي والمالي والتجاري، وحتى القرار الدبلوماسي والعلاقات بين الدول، أصبح يؤسس عليها من خلال الرأي العام المحلي او الدولي. ويحظى الرأي العام حاليا باهتمام كبير من قبل الحكام ورجال الدولة والساسة في الحكومات وفي الأحزاب، ولدى صناع القرار على المستوى الدولي.

- المشاركة في الحياة السياسية، للرأي العام علاقة وطيدة بالممارسة الديمقراطية، فالرأي العام يعني المشاركة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحياة السياسية من خلال إبداء الآراء ، والأخذ بهذه الآراء من قبل الساسة والحكام .

- جس نبض الشعب (أو الشارع): بهدف معرفة رأي الشعب، حول قضايا معينة، يتم إجراء عمليات سبر الآراء واستطلاعات بواسطة وسائل الإعلام، ووسائل أخرى الاستبيانات وغيرها وهذا بطريقة فورية وسريعة.

8. أنواع الرأي العام :

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الرأي، حسب الدراسات التي اطلعنا عليها، وهي الرأي العام الشخصي، والرأي العام الخاص والرأي العام، ونستعرض باختصار الرأي العام الشخصي والرأي العام الخاص، ونتعرف على الفروق الموجود بينهما. وقد تناولنا الرأي العام بالدراسة، كونه موضوعنا.

1.8. الرأي الشخصي : من تعاريف، الرأي الشخصي، هذا التعريف الذي يؤكد أن "الرأي الخاص ظاهرة نفسية، وهو يمثل رأي الشخص الذي يعتنقه ويحاول أن يحققه، أما الرأي العام، فهو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، فالرأي العام ظاهرة اجتماعية".⁸

والرأي الشخصي هو أيضا حسب ما تعريف آخر هو "الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه في موضوع معين بعد تفكير في هذا الموضوع ، وذلك طبقا لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب أن يشارك فيه الجماعة ويعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى عن الجهر به".⁹

فالرأي الشخصي، هو رأي خاص بالفرد يتم الجهر به، والتعبير عنه بوضوح وعلنية أمام الناس ويمكن أن يساهم في العام الرأي.

2.8. الرأي الخاص: هو "رأي الفرد في أمر يختص به أو ما يتعلق بالمجتمع والمشاكل العامة، ولا يتعداه إلى غيره".¹⁰ وهو رأي خاص بالفرد ويعنيه بمفرده دون غيره ، ولا يتعلق بجماعة أو بمجموع من الأفراد. وهذا النوع من الرأي " يحتفظ به الفرد لنفسه، ولا يبوح به لغيره".¹¹

ومن الأسباب التي تفرض بأن يتم احتفاظ الفرد برأيه لنفسه، أسباب ذاتية أو نفسية أو اجتماعية أو سياسية ، ومنها ما يتعلق بالخجل الشديد أو الخوف من ردة فعل الأفراد

⁸ - زيدان عبد الباقي ، وسائل أساليب الاتصال ، القاهرة ، 1974 ، ص 265 .

⁹ - كامل خورشيد ، ص 48 . نقلا عن الدبسي ، ص 50 .

¹⁰ - حامد عبد الماجد قويسى ، دراسات في الرأي العام .. مقارنة سياسية ، مكتبة الشروق الدولية ، القاهرة ، 2003 ، ص 80 .

¹¹ - عبد الكريم علي الدبسي ، الرأي العام .. عوامل تكوينه وطرق قياسه ، ص 50 ، مرجع سبق ذكره .

المحيطين به أو الذين يشكلون جماعة أصدقاء معه، أو تفادي تلقي اللوم أو التعرض للتضييق أو العقوبة من قبل النظام الاجتماعي أو النظام السياسي، وقد تم تفسير عدم ظهور الرأي الخاص في المسائل الاجتماعية أو السياسية وتلك التي لها أهمية في المجتمعات والدول، بنظرية " لولب الصمت" من خلال الضغط التي يمارس على الأفراد والجماعات من قبل سائل الإعلام أو جماعات الأصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي. و تعتبر مؤسسة هذه النظرية" اليزابيت نويل نيومان" المفكرة الألمانية التي درست المجتمع الألماني في فترة الحرب العالمية الثانية، أن الشعب الألماني ذهب ضحية خطاب سياسي نازي وأن وسائل الإعلام في الفترة الممتدة بين سنوات 1933 تاريخ صعود النازية الى 1945 تاريخ زوالها ، لم تكن حرة كونها خاضعة للنازية، كما أنها كانت مؤثرة في الشعب الألماني نتيجة خوفه، وهذا ما ولد رأيا عاما مؤيدا للطرح النازي في ذلك الوقت. فالرأي الذي تبنته وسائل الإعلام كان أقوى وأكثر تأثيرا، وهو ما تسبب بإحداث ضغط لدى المخالفين له تبنته فاجئوا إلى الصمت، وحصل أثر (لولبي) في اتجاه يميل إلى جانب الرأي السائد الذي تبنته وسائل الإعلام، بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور.

فالنظم الدكتاتورية، تساهم في تنامي الآراء الخاصة، وضمور وإخفاء الرأي العام، بينما النظم السياسية الديمقراطية تساعد على إبداء الرأي، وعلى بلورة الرأي الخاص إلى رأي عام كما تبرز نظرية تجسيد لولب الصمت، من خلال الرقابة التي تمارسها جماعات الصداقة داخل مواقع التواصل الاجتماعي و سوشيا ميديا ، فخلافا للمتداول لدى الباحثين الذين يشددون على وجود هامش كبير من حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي ، توصلت دراسة استطلاعية أجريت عام 2014 من قبل المركز الأمريكي " بيو للأبحاث" على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن " هذه الشبكات قد لا تكون هي ذلك المكان الذي يتم التمتع فيه بالحرية ويشكل منفذا للناس من أجل التعبير عما يدور في نفوسهم في حياتهم العملية، بل إن بعض الناس أقل رغبة في مناقشة قضاياهم الهامة على شبكات التواصل الاجتماعي.

وذهبت الدراسة إلى التأكيد أن وسائل التواصل الاجتماعي تشجع المستخدمين في إبقاء آرائهم لأنفسهم، حيث وجدت من خلال الجمهور المستجوب أن الناس يفضلون مشاركة آرائهم إذا اعتقدوا بأن جمهورهم يوافق على هذه الآراء، فإذا اعتقد أحدهم بأن شبكة معارفه

على فايسبوك تتفق مع رأيه يتضاعف احتمال انضمامه لنقاش ما".¹² وهذا يتفق مع نظرية لولب الصمت، فجماعة الأصدقاء ومحيط الشخص تؤثر على المستخدم وتجعله يعلن عن مواقفه وآرائه أمام الآخرين بصفة علنية أو لا يعلن عنها ، فإذا اتفقت مواقفه وآرائه مع جماعة الأصدقاء ومحيط المقربين منه، يعلن عنها، وإذا لم تتفق مواقفه وآرائه معهم ، يلتزم الصمت. وقد يصبح الرأي الخاص ذو أهمية في الانتخابات ، خاصة في الاقتراع السري .

الجدول رقم (2)

جدول يوضح الفروق الموجودة بين الرأي العام والرأي الخاص والرأي الشخصي

الرأي العام	الرأي الخاص	الرأي الشخصي
1	ظاهرة نفسية	وجهة نظر شخصية
موقف عقلي ووجداني	رأي شخص لا يبوح به . ويحتفظ به لنفسه	رأي شخص يصرح به علنا
2	رأي علني لمجموعة من الناس	رأي شخص لا يبوح به . ويحتفظ به لنفسه
3	يتصل بقضايا معينة ذات أهمية	يتصل بقضايا معينة ذات أهمية في قطاعات معينة .
يتصل اتصالا وثيقا بالمجموعة وقضاياها	لقطاعات معينة	
4	ثابت نسبيا	يتحول إلى رأي شخصي عندما يجهر به صاحبه، ويتحول الى مظهر من مظاهر الرأي العام في الانتخابات (الاقتراع السري) .
		يمكن يؤدي إلى بلورة رأي عام .

¹²-Social Media and the 'Spiral of Silence' مواقع التواصل الاجتماعي ولولب الصمت

By Keith Hampton, Lee Rainie, Weixu Lu, Maria Dwyer, Inyoung Shin and Kristen Purcell

متاح على موقع-www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media

9. تقسيمات الرأي العام :

تحدد أنواع الرأي العام وتقسيماته، حسب العوامل التي تكونه، والأسباب التي تشكله، وكذا حسب طبيعته، والفترة التي يدوم فيها، وقوة تأثيره. ولهذا توجد عديد من الأنواع والتقسيمات للرأي العام، من بينها خمس أنواع رئيسية : وهذه التصنيفات مأخوذة من كتاب "صناعة الرأي العام، للمؤلفين صلاح عبد الحميد، ويمني عاطف الصادر عام 2015. ¹³

1.9. التقسيم حسب التأثير والتأثر:

يتوزع الرأي العام في هذا التقسيم إلى ثلاث أنواع :

- أ- الرأي العام القائد (المسيطر أو النابه) وهو الرأي العام الذي يتشكل من الصفوة أو النخبة من المثقفين والمتعلمين، وهم قلة في المجتمع وغالبا ما يحرصون على إقناع أفراد الشعب بأهدافهم وغايتهم. ويكون هؤلاء قوة مؤثرة ، سواء عبر وسائل الإعلام مثل قادة الرأي في افتتاحات الجرائد والمجلات و المحللين في الفضائيات، ويمثلون الرأي المستتير أو الرائد.
- ب- الرأي العام القارئ أو المثقف : يتشكل من الطبقات الوسطى الشعبية ، هم أقل ثقافة وتعلما من الفئة الأولى، هؤلاء يتأثرون - عكس الفئة الأولى- بالإعلام والصحافة. ويجمعون منها المعلومات والأخبار والأفكار لبناء آراءهم.
- ج - الرأي العام المنقاد : هذه الفئة تختلف عن الفئتين السابقتين ، وتضم الذين لا يحسنون القراءة والكتابة (الأميين) وكذا أصحاب الثقافة والتعليم المحدود. وهم يمثلون أغلبية أفراد الشعب، ويتميزون بانقيادهم المفرط لوسائل الإعلام والاتصال، وخضوعهم للدعاية.

2.9. التقسيم حسب الزمن : ينقسم إلى ثلاثة أقسام :

- أ- الرأي العام الدائم : هذا النوع يرتكز غالبا على أسس ثابتة في المجتمع، مثل الدين والعادات والتقاليد والتاريخ والثقافة، وهو الرأي الذي يتكرس أكثر لدى الناس، ويكون بصفة طويلة لمدة سنوات، حيث يبدأ تشكله منذ بداية التنشئة الأسرية ، وفي الطفولة وسنوات

¹³ - صلاح عبد الحميد ، يمني عاطف ، صناعة الرأي العام ، 2015 .

التعليم الأولى في المرحلة الابتدائية من الدراسة، وبالتالي يصعب تغييره بسهولة. وهذا الرأي يسود لدى فئة كبيرة من المجتمع .

ب- الرأي العام المؤقت : وهو الذي يتشكل في ظرف معين لأهداف وغايات معينة، يحددها المكان والزمان، سواء كانت هذه الأهداف والغايات إيديولوجية أو مذهبية أو سياسية أو اقتصادية أو غيرها. يقوم هذا النوع من الرأي العام، وينشأ لهدف معين وغاية معينة وينتهي بتحقيقها. وقد يكون الرأي العام المؤقت متجسدا لدى الأحزاب والجمعيات التي تتبنى برامج وأهداف خاصة، وتعمل على تحقيقها.

ج - الرأي العام المتقلب : يكون هذا النوع من الرأي العام ، بشكل يومي أو أسبوعي ، أو يتخذ فترة زمنية أكثر، فهو محدود زمنيا بفترة قصيرة ، ويزول بزوال العوامل المؤثرة فيه . ولكنه ليس هو بالرأي العام الذي يستمر طويلا. وغالبا ما يكون هذا النوع من الرأي العام متأثرا بالأحداث اليومية.

3.9. تقسيم الرأي العام حسب الكم: هو تقسيم كمي ، يوضح حجم الجماعة أو المجتمع الذي يسود فيه الرأي العام، ومنه :

- رأي الأغلبية : ما يزيد عن نصف الجماعة .
- رأي الأقلية: ما يقل عن نصف الجماعة ، من بينهم المتخصصون والناقدون والمؤثرون.
- الرأي الاتلافي : هو رأي مجموعة من الأقليات المختلفة في الاتجاهات، تلتقي لتحقيق هدف معين ، وينتهي هذا الرأي بمجرد تحقيق الهدف المنشود.
- الرأي الساحق : هو رأي الأكثرية الساحقة من المجتمع ، وهو أكثر من رأي الأغلبية.

4.9. التقسيم الجغرافي للرأي العام : في هذا التقسيم ، يتجسد عامل المكان، ويتمثل في

- الرأي العام المحلي: مثل الحارة والحي والمنطقة والمدينة والجهة.
- الرأي العام الوطني: يمثل جماعة من أفراد الوطن الواحد .
- الرأي العام الإقليمي : يتمثل في مجموعة من المجتمعات أو الشعوب المتقاربة جغرافيا التي تتبنى قضية معينة ، مثل الرأي العام العربي، أو المغربي، أو الخليجي أو الإفريقي.

- الرأي العام العالمي: هو الرأي العام السائد لدى شعوب العالم، حول قضية معين في فترة زمنية معينة، وهو رأي شعوب وليس رأي حكومات، وكلما ازداد تحرر الشعوب ازداد الرأي العام قوة .

5.9. تقسيم الرأي العام حسب درجة الظهور :

- الرأي العام الظاهر : هو الرأي العام المعبر عنه .
- الرأي العام الكامن : هو الرأي العام غير الظاهر، وغير المعبر عنه ، ويحدث في المجتمعات غير الديمقراطية .
ويرى "هنسي" أن هذا التصنيف لا فائدة منه.
كما يضاف تصنيف آخر وهو التصنيف حسب التواجد، أي هناك رأيا عاما متواجد بالفعل، ورأيا عاما متوقعا وجوده.

ما يمكن الإشارة إليه ، هو إمكانية تعدد الرأي العام حول قضية ما، لأسباب منها :

- تعدد المصالح داخل المجتمع الواحد.
- تأثير المواقع والمكانة في السلم الاجتماعي للأفراد والجماعات .
- تأثير المستويات التعليمية و الفكرية والثقافية المختلفة لدى الأفراد والجماعات .

10. خصائص الرأي العام :

- من أهم خصائص الرأي العام، يمكن ذكر ما يلي :
- يتطلب الرأي العام وجود جماعة معينة، قد تكون جماعة تمثل أغلبية أفراد المجتمع أو بعض المجتمع أو جزء من المجتمع.
 - وجود قضية معينة، تتطلب إبداء الرأي حولها، قضية عامة أو خاصة، وفي مختلف المجالات والقطاعات مثلا سياسية، اجتماعية وغيرها.
 - يكون الوعي، عاملا من عوامل الارتباط بالرأي العام، حيث يساهم في وضوح هذا الرأي وبلورته.
 - يتوجب الرأي العام، عملية تفاعل شعورية عقلية أو انفعالية، إرادية أو غير إرادية بين أفراد الجماعة المعنيون بالقضية أو الموقف.

- الرأي العام هو سلوك أفراد جماعة من المجتمع ، يتكون بتفاعل سلوكيات أفراد المجتمع .
- قد يكون الرأي العام، ايجابيا تجاه قضية ما، وقد يكون سلبيا.
- الرأي العام هو موقف إرادي، ينم عن إرادة ووعي.
- الرأي العام، ليس مجرد انطباع، لكنه لا يرتقي إلى مستوى اليقين أو الحقيقة.
- لا يشترط أن يتميز الرأي العام بالإجماع، بمعنى لا ينبغي أن يكون إجماع حول قضية ما، حتى نقول أنه رأي عام، فالإجماع قد لا يتحقق حتى في القضايا المصيرية. ولذا، فإن الرأي العام هو الرأي الغالب عن غيره من الآراء حول قضية ما، وليس محصلة أو حاصل أو نتيجة لهذه الآراء.
- يتشكل ويتبلور الرأي العام بواسطة التفاعل بين الآراء المتباينة داخل المجتمع من آراء معارضة لقضية معينة وآراء مؤيدة لها ، وقد يشترط أن يكون في الغالب، نتيجة المناقشة والجدل بين هذه الآراء المتباينة.
- يتسم الرأي العام بالتغيير والحركية من فترة زمنية لأخرى.
- لا يتم فرض الرأي العام على الناس والجماهير بصفة قسرية وإجبارية، بل هو تعبير إرادي، ويمكن اعتباره رد واستجابة لعوامل ومؤثرات معينة في المجال السلوكي للجماعة.
- وفي السياق ، يبرز ماقاله Trotsky Leon ليون تروسكي (وهو صاحب تيار في الشيوعية يعرف بالتروتسكية، ومؤسس الأممية الرابعة، كان معارضا لرئيس الاتحاد السوفياتي جوزيف ستالين) ، الذي يرى بان " البعض يتهمنا بخلق الرأي العام لدى الجماهير، وهذا الاتهام غير صحيح ، وكل ما هنالك أننا نحاول صياغته، وهذا يعني أن الرأي العام يظهر بصورة تلقائية فما تظهر مشكلة أو قضية تمس مصالح الجماهير واهتماماتهم سرعان ما يتبلور لهذه الجماهير رأي نطلق عليه الرأي العام ".¹⁴

وهناك خصائص أخرى ، تكمل الخصائص التي سبق ذكرها، وهي :

- يقوم الرأي العام على الترشيد والتعقيل والتبرير، مثلها يقول Leonard Doob. ليونارد دوب (1909 - 2000 ، وهو عالم أمريكي مختص في مجالات الإدراك وعلم النفس الاجتماعي، والاتصال، شغل منصب مدير الاستخبارات الخارجية في مكتب معلومات الحرب للولايات المتحدة الأمريكية في الحرب العالمية الثانية، وعمل أستاذا في

¹⁴ - صلاح عبد الحميد و يماني عاطف : صناعة الراي العام ، ص 23 .

جامعة بيل لعدة سنوات) . نشر عدة كتب، من بينها كتاب : مبادئ "غوبلز الرأي العام والدعاية" (جوزيف غوبلز وزير الدعاية في الحكومة الألمانية في عهد أدولف هتلر من 1933 إلى 1945). ويعد "ليونارد دوب" خصائص الرأي العام كونه مبنياً على الترشيح والتعقيل والتبرير، فهو بمعناه الواسع تعليلاً للسلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية انفصالية، فالتبرير عند الفرد هو تمسكه بسبب عارض لينسب إليه فشله، وكذلك الرأي العام عندما يحس بالتوتر والقلق فإنه يلجأ للتبرير، ويستغل الإعلامي تلك الخاصية ليقدّم للرأي العام التبريرات التي تساعد على التخلص من ذلك التوتر". ويعرف دوب الرأي العام بأنه "اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع يشغل بالهم، بشرط أن يكون هؤلاء الناس في مستوى اجتماعي واحد".¹⁵

- يتميز أيضاً الرأي العام بشدة الحساسية، خاصة بالنسبة للأحداث الهامة والمصيرية، فقد تؤدي أحداث عارضة إلى تغيير الرأي العام بصفة مفاجئة من النقيض للنقيض، فالأحداث والأقوال والمنبهات تؤثر في الرأي العام بمدى ارتباطها بالمصلحة الخاصة. ويتم تأثر الرأي العام مع قوة الارتباط بين المنبه والمصلحة، وحين يكون الرأي العام مصدره الرغبة، فإنه يصبح متأرجحاً، خاصة في الأحداث التي تأتي بصورة مفاجئة.

- يرتبط الرأي العام في التفسيرات النفسية، من خلال عامل التأثير والتأثر، وتصنيف أفراد المجتمع إلى قادة الرأي وهم الصفوة والنخبة، والفئات أقل منهم من حيث المعرفة والتأثير، ويمكن أن تحدث عمليتي الإسقاط والتقمص لدى الرأي العام، الإسقاط، عندما يحس الرأي العام أنه له دور في المساهمة في اتخاذ القرارات، فقد يلجأ للإسقاط، من خلال تبني القرارات التي اتخذها قادة الرأي، ويحدث الإسقاط لدى الرأي العام، عن طريق الاعتقاد بأن قادة الرأي يمثلونه في التفكير والمواقف، فيسقط الرأي العام على قادة الرأي ما يفكر فيه وما يتخذه من آراء ومواقف، فيتم إسقاط صفات الرأي العام على صفات قادة الرأي كما يتم تفسير أعمال وتصرفات قادة الرأي من خلال أعمال وتصرفات الرأي العام.

وعكس هذا تتم عملية حدوث التقمص، حيث يتقمص الرأي العام صفات الآخرين وتفكيرهم فمثلاً يتقمص الرأي العام أو الجماهير لشخصيات وآراء ومواقف قادة الرأي ومحليين وإعلاميين عندما يكونون محبوبين لديهم.

¹⁵ - د. محمد منير حجاب: "أساسيات الرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 1998، ص 15

ويمكن الإشارة، إلى أن عمليتي الإسقاط والتقمص، أصبحتا من أهم عوامل تشكيل الرأي العام ، ومن أبرز أشكال التضامن الاجتماعي والانتماء .

- يرتبط الرأي العام من خلال التفسيرات السوسيولوجية، بالعادات والتقاليد، والتي هي من السلوكيات الجماعية التي تنتقل من خلال الأجيال عبر الزمن ، وتستمر وتدوم لفترات طويلة من الوقت، و يصعب إزالة العادات والتقاليد أو حتى تغييرها، فهي محل تقدير واحترام المجتمعات ، وتصل إلى حد التقديس في المجتمعات المرتبطة بالدين وبالمعتقدات أو المجتمعات المحافظة اجتماعيا وثقافيا، حيث لا يسمح أن يخرج الفرد عن العادات والتقاليد أو يخالفها ، أو يتصرف بما لا يتماشى معها. فعندما يحدث خروج أو حياد عن معتقد أو تقليد معين في المجتمع ، فإنه يتشكل رأي عاما مضادا له، ويتم الدفاع عن ما هو مألوف لدى المجتمع .

11. تكوين وتشكيل الرأي العام :

تلتقي عديد العوامل، لتؤثر في تكوين وتشكيل الرأي العام، من بينها، نذكر:

1.11. الديانة:

يمارس الدين، نوعا من الرقابة على تصرفات وممارسات الأفراد والجماعات بخصوص رؤيتهم وآرائهم حول شؤون الحياة. وتشكل القيم الدينية معايير ومحددات لإبداء الآراء وتبني المواقف، وضبط التوجهات في مختلف القضايا والمسائل التي تطرح في المجتمعات، لذا ليس من السهل إقناع الفرد الذي يتمسك بمعتقداته الدينية بتبني فكرة معارضة لما ينص عليها دينه، وإبداء رأي يخالف معتقده الديني.

والدين هو من أقوى العوامل التي تساهم في تشكيل وتعبئة الرأي العام في الدول والمجتمعات، ويرتبط تأثير الدين بمدى ارتباط الشعوب والمجتمعات به، ليس فقط في الدول الإسلامية والعربية، بل حتى في الدول الغربية بما فيها الولايات المتحدة الأمريكية، فمن خلال استعمال الدين تمكن الجمهوريون من الفوز بأربع انتخابات رئاسية في السنوات الأخيرة من خلال اعتمادهم على " اليمين المسيحي". وقد ظهر هذا لدى الرئيس الأمريكي "جورج والكر بوش" الابن من خلال تركيزه على الأصولية البروتستانتية في حملته الانتخابية

فقد قام للترويج لبرنامج الانتخابي من خلالها، وكان يقول أنه يبدأ يومه بقراءة الكتاب المقدس (الانجيل). وان " المسيح هو أحسن فيلسوف سياسي لديه ". كما حضر لحربه ضد العراق في التسعينات من القرن العشرين بعبارة " الحرب الصليبية. وبرز الارتباط بالدين المسيحي لدى الرئيس الأمريكي "دولاند ترامب" في عهده الأولى عام 2017 من خلال تمسك المحافظين الجدد بالمسيحية واستخدامها في حروبه السياسية والعسكرية في الشرق الأوسط .

2.11. العادات والتقاليد:

تبنى الشعوب والمجتمعات أفكارها وآرائها على العادات، وتتجسد في اعتماد الأفراد والجماعات لسلوك أو أمر معين بطريقة التعود والتكرار، والعادات حسب علم الاجتماع، هي صورة لسلوك جماعي استمر طويلا في الحياة الاجتماعية وحسب "ديفكي ميتشل" هي " الممارسة العريقة القدم"¹⁶ تفرضها سلطة المجتمع مثل لباس معين أو أكل معين في المناسبات غيرها . أما التقاليد فهي عادات متوارثة، نقلناها عن أسلافنا والعادات والتقاليد(حسب بعض الدارسين هي شيء واحد، لأنها جزء من التراث الثقافي الذي يحافظ عليه المجتمع وفقا لما ورد في قاموس علم الاجتماع).¹⁷ وهي مسائل اجتماعية وثقافية وحتى أخلاقية رسخت في الأذهان، ويتقبلها جزء كبير من الناس أو أغلبهم، وتكون في غالب الأحيان، غير قابلة للنقاش والجدل، فعادة يحترمها الأشخاص، وقد يقدسونها حتى إن لم يتم فهمها.

ويمكن أن يتم تغيير العادات والتقاليد أو التخلي عنها في بعض الحالات الاستثنائية مثل الحالات التي تتعلق بالتغيرات الاجتماعية الجذرية. مع الإشارة إلى أن الرأي العام يتعلق بمسائل محل نقاش وجدل، ولكنه يتأثر بالعادات والتقاليد. وهذا ما يجرنا إلى الحديث إلى أن مجال الرأي العام يتسع بفعل المؤثرات الحديثة، بينما مجال العادات والتقاليد، يتقلص بفعل الحياة المدنية المعاصرة .

¹⁶ - عبد الكريم علي الديبسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 142 .

¹⁷ - عاطف غيث ، قاموس علم الاجتماع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الاسكندرية ، 1979 ، ص 197 .

3.11. الأسرة والمحيط:

تلعب التنشئة الاجتماعية عن طريق العائلة والأسرة والمحيط الجغرافي والبيئي دورا رئيسا في تكوين الرأي العام لدى الفرد والجماعات، فأراء وأفكار ومعتقدات الفرد والجماعات يصعب نسيانها والتخلي عنها بسهولة، فهي تشكل التراكمات التي ترسخ في الذهن والعقل الباطني لدى هؤلاء، وتأخذ شكل الدرع الواقي والحارس الأبدي لهم في إبداء آرائهم أمام عامة الجمهور، فمثلا المنتمون للأسر المتحررة هم أكثر ليونة في آرائهم من المنتمين للأسر المحافظة، وسكان المناطق الجبلية هم أكثر تمسكا بآرائهم وأفكارهم من سكان المناطق الحضرية كالمدين.

4.11. التربية والتعليم :

تؤثر مناهج التربية والتعليم في المدارس والمتوسطات والثانويات وحتى في التعليم العالي والجامعات، في تكوين شخصية المتعلم، وتوجيه آرائه وأفكاره نحو اتجاهات معينة ، ولذا يتم وضع و برمجة منظومات تربوية تعليمية حسب الديانات والمعتقدات والتوجهات السياسية للمجتمعات والدول التي تحتضنها. وتكون منظومات ومناهج التربية والتعليم في مرحلة الطفولة أكثر تأثيرا في حياة الأفراد، وفي تشكيل آراء وتوجهات النشء الصاعد وشباب المجتمعات والأمم.

5.11. القيادة والزعامة:

للزعامة تأثير مهم على الرأي العام، وكم من زعيم ساهم في تشكيل رأي عام ينقاد له، فالزعماء والقادة يوجهون الشعوب والمجتمعات ويؤثرون على الجماهير، وقد عرف التاريخ عديد القادة الذين قادوا بلدانهم وشعوبهم نحو التحرر مثل "الماهاتما غاندي" في الهند، "تيلسون مانديلا" في جنوب إفريقيا، و"مارتن لوتر كينغ (كان مساهما في تحرر الزوج في الولايات المتحدة الأمريكية)، وهؤلاء القادة اشتهروا بثقافة اللاعنف. وهناك قادة ساهموا في هزيمة شعوبهم مثل " أدولف هيتلر " في ألمانيا.

وللقيادة أيضا دورا مهما، مثلما هو الحال بالنسبة لقيادة الرأي على مستوى الإعلام، من إعلاميين وصحفيين كتاب الرأي والافتتاحيات، وكذا زعماء الأحياء والمناطق العمرانية، من

مشايخ وكبار القوم وشيوخ القبائل. وحاليا، أصبح المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي يعلبون دور قادة الرأي.

6.11. طبيعة النظام السياسي:

من بين أهم العوامل التي تساهم في تكوين الرأي العام هو النظام السياسي، فالنظم الديمقراطية، تساهم في بلورة الرأي العام ، ويتم إبرازه والاهتمام به في هذه النظم، حيث تنتشر الحريات من حرية المعتقدات وحرية الرأي وحرية التعبير وحرية الصحافة وغيرها. ويظهر التنافس على الأفكار وتتنوع الآراء في النقاشات، عن طريق الانتخابات وبرز التنافس السياسي والإيديولوجي، مما يؤدي إلى البحث عن الرأي العام المؤيد لهذا التوجه أو ذلك، ولهذا الحزب أو ذلك. وتحدث محاولات تشكيل الرأي العام من خلال التعددية الحزبية، التي أصبحت أحد العوامل التي تبرز الرأي العام، فالأحزاب السياسية والجمعيات هي من أهم أدوات تكوين الرأي العام وتشكيله. وبالعكس يقل الاهتمام بالرأي العام في الأنظمة غير الديمقراطية، حيث تنقلص الحريات، ومنها حرية الرأي .

7.11. وسائل الإعلام :

من خلال عملية التلقي، تقوم وسائل الإعلام في تكوين وتشكيل الرأي العام، حيث تساهم في تعبئة الجماعات وحشدها وراء أفكار واتجاهات وآراء معينة. وتعتبر وسائل الإعلام من أحدث الوسائل التي تربط بين الحكام والمحكومين، بين صاحب القرار والمواطن، فهي الحلقة التي يمكنها أن تقرب، أو تبعد بين الشعب وصانع القرار. تقوم وسائل الإعلام بمهمتين، المهمة الأولى تمكن المواطن من إبداء رأيه في سياسة الحكومة، وتساهم كذلك من إيصال صوت المواطن (الرأي العام) للحكومة ، والمهمة الثانية تقوم وسائل الإعلام بشرح خطة وسياسة الحكومة للمواطنين، وتحاول جلب وتكوين وتشكيل رأيا عاما مؤيدا لها .

وقد أدى تطور التكنولوجيات الحديثة وظهور الساتل والفضائيات من دعم دور وسائل الإعلام وإعطائها أهمية قصوى في تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو مواقف وتوجهات وآراء

معينة ، كما أدت هذه الوسائل إلى زيادة قوة وتأثير الرأي العام على أصحاب القرار، من خلال إسماع صوت المواطنين والضغط على أصحاب القرار.

12. أساليب تغيير الرأي العام أو صناعة الرأي العام :

يتم اعتماد عديد من الأساليب لتغيير الرأي العام، وإعادة تشكيله، بغية توجيهه نحو آراء أو مواقف تخدم غايات معينة، وذلك لأغراض تحسيسية للتوعية والتعليم أو بهدف تضليله والتلاعب به لأغراض دعائية في الانتخابات أو الحملات الاشهارية والإعلانية للشركات أو في فترات الصراعات والحروب ، وغيرها..

و أصبحت عملية تغيير الرأي العام أو إعادة تشكيله أو ما يسمى ب "صناعة الرأي العام" من العمليات التي تنتهجها الحكومات سواء في الدول الديمقراطية أو في غيرها ، أو الأحزاب أو الهيئات أو جماعات الضغط أو "اللوبيات" أو الشركات الإعلامية أو الشركات الاقتصادية وغيرها، وهي متداولة بكثرة في عصرنا الحالي، بهدف التأثير على الرأي العام ، وذلك بإثارة العواطف ومخاطبة العقل ، بواسطة تقنيات إعلامية ودعائية متعددة .

ومن أهم أساليب تغيير الرأي العام ، نذكر ما يلي :

1.12. أسلوب التكرار أو الملاحقة:

يتم هذا الأسلوب عن طريق إعادة تعرض أفراد الجمهور لمسألة أو قضية معينة، لعدة مرات متتالية في فترات زمنية متلاحقة، غير متباعدة. يسمى في الإعلام بالفرنسية "ماتراكاج" (Matraquage) أو إعادة وتكرار البث عدة مرات متتالية في اليوم، وفي أوقات متقاربة وساعات الذروة.

ويستعمل أسلوب التكرار والملاحقة في شكل حملات إعلامية، وخاصة في الانتخابات وفي عمليات الإشهار والإعلانات التجارية. حيث يبث ويعاد بث الخطابات السياسية والومضات الإعلانية عديد المرات، في اليوم الواحد، و في ساعات الذروة ، أين تصعد نسب المشاهدة والاستماع إلى أعلى في وسائل الإعلام السمعية البصرية، كما يستعمل في الصحف والجرائد ذات المقروئية الواسعة، وأصبح يستعمل أيضا في الأماكن العامة والشوارع التي تعرف زحمة كبيرة للناس ، وذلك بواسطة الألواح و اللافتات الالكترونية..

2.12. أسلوب الإثارة العاطفية :

يعتمد هذا الأسلوب على مخاطبة الأحاسيس والعواطف لدى الأفراد والجماعات، من أجل استمالة الجانب الذي يمس عواطف الفرد ويؤثر على أحاسيسه، دون اللجوء إلى إقناعه. فأسلوب الإثارة العاطفية يستغل ناحية الإحساس والشعور دون الناحية العقلية. وغالبا ما يشوبه ، شيء من التضليل أو الكذب.

3.12. أسلوب عرض الحقائق:

هو عكس أسلوب الأكاذيب والتضليل، ويتم فيه عرض الحقائق الملموسة دون مبالغة أو تهويل، حيث يعتمد هذا الأسلوب على مخاطبة العقل قبل العواطف والأحاسيس، ويستخدم عرض الحقائق لتوضيح الأمور في الحروب وخلال الصراعات والأزمات وغيرها. وعلى سبيل المثال تم استعمال أسلوب عرض حقائق عن جرائم حرب الولايات المتحدة الأمريكية على دولة الفيتنام في السبعينيات من القرن العشرين، ولجأ المعارضون لهذه الحرب والداعون لتوقيفها، لهذا الأسلوب عبر عدة أشكال، واستعملوا وسائل الإعلام هي أرضية استندت إليها دعواتهم الراضة للحرب. و في هذا الإطار تم نشر صورة فتوغرافية "واقعية" لطفلة من الفيتنام الجنوبية وهي تحترق بنيران قنابل "النابالم" الذي أطلقتها الطائرات الأمريكية. و ساهمت تلك الصورة الحقيقية في إظهار بشاعة الحرب ، والتأثير على الرأي العام الدولي للوقوف ضدها.¹⁸

¹⁸ - كانت الفتاة " فان شي كيم " أو " طفلة نابلم " في التاسعة من عمرها في عام 1972 ، عندما التقطت صورة لها ، مع مجموعة أطفال يجرون في الشارع محروقين بالنابلم ، من قبل المصور "نيك اوت" Nick Ut الذي يشتغل في وكالة "سوشييتد برس" وحاز المصور بعد ذلك بتلك الصورة على جائزة "بوليتزر" عن فئة تصوير الأخبار العاجلة. كما تحصلت الفتاة صاحبة الصورة " فان شي كيم" على اللجوء السياسي في كندا، وبعد سنوات أصبحت تدير شؤون مؤسسة خيرية لمساعدة الأطفال ضحايا الحرب، و تم اعتمادها سفيرة سلام للأمم المتحدة .

4.12. أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

يتم استعمال هذا الأسلوب، عندما يكون الرأي العام متجه في آرائه ومواقفه إلى عكس رأي وموقف ما يريده أصحاب القرار في الحكومات أو الأحزاب، حيث يتم تحويل انتباه الشعب أو الجماهير إلى قضية أو مسألة ثانية ، يفترض أن تكون ذات أهمية هي الأخرى بما يعادل أو يفوق المسألة أو القضية الأولى.

5.12. أسلوب الأساليب الايجابية المحدد:

حيث يتم أخذ انشغالات وتطلعات الجماهير والشعب بعين الاعتبار، ويلقى استجابة من الرأي العام، وغالبا ما يستعمل من قبل رجال السياسة بصفة واضحة في الحملات الانتخابية للمتنافسين في تولي مناصب في الهيئات الانتخابية والمجالس الشعبية المحلية و الوطنية، والغاية من هذا الأسلوب هي أجل كسب أصوات الناخبين واستقطابهم لصالح المتنافسين والمرشحين.

6.12. أسلوب بث الإشاعات :

هذا الأسلوب، يعتمد على أخبار ومعلومات غير مؤكدة ، والتي ليس لها مصدرا معلوما، وقد تكون أخبارا ومعلومات خاطئة أو مضللة أو "فايك نيوز" Fake news والتي كانت تستعمل في وسائل الإعلام، ثم أخذت طريقها في وقتنا الحالي في الظهور والانتشار عبر "سوشيال ميديا " ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف وسريع. وتستخدم الإشاعات أو الشائعات في الحروب والصراعات والنزاعات، وهي من أقوى الوسائل المستخدمة في الحروب والنزاعات والصراعات بين الأطراف والجهات المتصارعة ، وبين الدول المتنازعة بهدف التأثير على المواطنين والجيوش، وتدخل ضمن إطار ما يسمى بالحرب النفسية.

و تنتشر الاشاعات حتى داخل الدولة الواحدة، سواء بطريقة مخطط لها أو غير ذلك ، فمثلا عندما يتم التعميم في وسائل الإعلام، ولا تقوم بنشر أخبار و معلومات عن اختفاء الحكام عن الظهور علنا بسبب مرضهم أو لسبب آخر، تنتشر الإشاعات، وتوضع سيناريوهات

عديدة حول مصيرهم، وغالبا ما تكون هذه الاشاعات موجّهة من قبل المعارضين للحكم أو من قبل قوى خارجية مناوئة لذلك البلد.

وتستمد الإشاعات قوتها من انغلاق وسائل الإعلام الوطنية وتكتمها وتعتميتها على نشر الأخبار والمعلومات. وتعتبر الإشاعات من أخطر وأهم وسائل تشكيل الرأي العام في وقت الأزمات والحروب وأثناء الكوارث والأوبئة، مثلما حدث أثناء وباء كورونا (كوفيد 19) منذ عام 2019 حتى 2021.

7.12. أسلوب افتعال الأزمات:

يعتمد هذا الأسلوب من قبل الحكومات ورجال السياسة، للحصول على نتيجة أو منفعة معينة، طبقا لنظرية المؤامرة وما شابه، مثلا عند حدوث أزمة في دولة ما، أو خلاف حول الحكم أو نزاع داخلي، يتم افتعال أزمة خارجية مع دولة أخرى مجاورة، أو لها علاقة معينة بمسألة مشتركة ، اقتصادية أو تجارية مع الدولة المعنية. وتتم عمليات افتعال الأزمات بغية لفت انتباه الرأي العام الوطني للأزمة المستحدثة، وجعله يتحول إليها وينسى ما يحدث من أزمات داخل بلده.

8.12. أسلوب زرع الرعب وإثارة الفوضى:

هما أسلوبان قديمان يتجددان كل مرة ، وقد تفوقت الدعاية النازية في ألمانيا في زرع الخوف والهلع لدى الشعوب التي كانت بجوارها وفي محيطها ، وكان الزعيم النازي " أدولف هتلر " Adolf Hitler (1889 – 1945) قد زرع الرعب في فرنسا قبل احتلالها، فكان يقول آنذاك : " إن أسلحتنا هي اضطراب الذهن وتناقض المشاعر والحيرة والتردد والرعب الذي ندخله في قلوب الأعداء، فعندما يتخاذلون في الداخل ويقفون على حافة الثورة وتهدهم الفوضى الاجتماعية، عندها تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة ".¹⁹ وقال أيضا في سياق هزم فرنسا: عندما كانت فرنسا تصنع العطور في باريس، كنا نحن نصنع القنابل في برلين ."

¹⁹ - عاطف عدلي العبد ، الرأي العام وطرق قياسه ،دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، 2006 ، ص : 74

أما أسلوب الفوضى ، فأشهر صورة حديث له كانت " الفوضى الخلاقة " (المصطلح كان موجودا في أدبيات الحركة الماسونية يتم اللجوء إليه في حالات الحروب والنزاعات). واستعملته الولايات المتحدة الأمريكية فيما أسمته ب "الشرق الأوسط"، وظهر لأول مرة من قبل Bernard Lewis " برنارد لويس " (1916-2018) المستشرق المختص في تاريخ الإسلام ، الذي دعا إلى استخدام " الفوضى الخلاقة" في الشرق الأوسط والعالم العربي، من خلال "نظرية نشر الديمقراطية لمواجهة الإرهاب". وقد اشتهر المصطلح سياسيا بعدما تم استعماله من قبل كاتبة الدولة للخارجية " كونداليزا رايس" Condaliza Rice في عهد الرئيس الأمريكي "جورج دبليو بوش الابن " George W Bush ، والتي اعتبرت نظرية الفوضى الخلاقة" كأولوية للسياسة الأمريكية في الشرق الأوسط، في حديث صحفي لصحيفة " واشنطن بوست" عام 2005، وكانت البداية لنشر الفوضى في العراق في سبيل الوصول إلى الديمقراطية قبل الغزو الأمريكي عام 2003 .

9.12. أسلوب الدعاية :

يتم هذا الأسلوب بعدة طرق من بينها :

- الاعتماد على الأساطير، مثل أسطورة شعب الله المختار لدى إسرائيل، التي تستعملها إسرائيل في الدعاية لتميزها عن الأمم .
- نشر الأكاذيب، ومن أشهرها :
- أكذوبة صناعة وامتلاك السلاح النووي، مثلما حدث في الحرب التي شنتها الولايات المتحدة الأمريكية على العراق. وقد كذب كاتب الدولة للخارجية الأمريكي " كولن باولن" عام 2003 في الإعلان، عندما قال أن العراق يملك سلاح دمار شامل حسب الاستخبارات الأمريكية، وبعدها بعامين ، اعترف بكذبه وعاد ليؤكد أن ذلك الخطاب (يقصد خطابه الذي قال فيه أن العراق يملك سلاح دمار شامل) سيظل نقطة سوداء في حياته المهنية .
- كذبة وجود مناطق عبادة مقدسة لإسرائيل حول المسجد الأقصى ووجود هيكل سليمان وفي هذا السياق (سياق الكذب المكرر) قال جوزيف غوبلز وزير الدعاية النازي " اكدب.. ثم اكدب حتى يصدقك الناس".

- الترويج لصور ذهنية نمطية، متحيزة ، مثل الاسلاموفوبيا، صورة الإرهابي وإصاقها بالعربي والمسلم.

- طريقة - التعقيم الإعلامي: والذي يتجسد في إخفاء صور ومشاهد ضحايا الحروب مثل صور الأطفال الضحايا في غزة وصور ضحايا القنابل النووية في الجزائر..
- التضخيم و التلفيق : مثل تميز الجنس الآري الذي اعتبر لدى النازيين أقوى الأجناس.
ومثل تلفيق معاداة السامية الذي تتبناه وتطلقه إسرائيل على من يعارض تصرفاتها وممارستها ضد الإنسانية.

13.الرأي العام والديمقراطية :

تعتبر الممارسة الديمقراطية من أهم العوامل التي أدت إلى الاهتمام بالرأي العام وساهمت في قياسه، بهدف معرفة حجمه وطبيعته، وتأثيره على أصحاب القرار . وكانت الولايات المتحدة الأمريكية في بداية نشوئها، هي الدولة الرائدة التي بادرت بأولى عمليات قياس للرأي العام، حيث قام الكونغرس الأمريكي بعد تأسيسه مباشرة ، بتكليف شركتين بعملية استطلاع لآراء الأمريكيين حول حرب الاستقلال عام 1774، وبعدها في عام 1824، ظهرت استطلاعات الرأي في الانتخابات الرئاسية الأمريكية . ولتسهيل عمليات القياس، تم اللجوء إلى التخصص في المجال، حيث بدأت عمليات إنشاء مراكز قياس الرأي العام في الدول الغربية، والتي ظهر أولها منذ عام 1935. وقد سبقت الدراسات النظرية، العمليات الميدانية، من خلال كتابات وآراء، مؤلفين في العلوم الاجتماعية ، وسياسيون مارسوا الحكم ، وعملوا على البحث عن أساليب تحسينه ، وجعله يقوم على صيغ ، تراعي مصلحة الدول، دون إهمال انشغالات السكان ، وفي هذا الإطار يمكن أن نورد مقولة المستشار، الذي عمل على الوحدة، وأسس الإمبراطورية الألمانية Bis mark " أتو فون بسمارك" (1815- 1898) الذي يرى أن " الرأي العام هو ذلك

التيار اليومي الذي يغلب صوته على صوت الآخرين في الصحافة وجلسات البرلمان، ويتكون هذا الرأي بحق من باطن حياة الشعب ، حيث أن روافده عناصر سياسية ودينية واجتماعية " .²⁰

فالرأي العام حسب هذا المفهوم هو صوت الشعب، الذي يعبر عنه المنتخبون في البرلمان والهيئات الأخرى المنتخبة من قبل الشعب، وهو ما تنقله الصحافة وما يرصده الإعلام الموضوعي المحترف الذي يعبر عن صوت الشعب. وهو بالتالي المرآة التي تقدم توجهات المجتمع وانشغالات أفرادهم وطموحاتهم ، للسياسة والحكام ، حتى يتمكنوا من اتخاذ قرارات ملائمة ومناسبة في فائدة مجتمعاتهم وشعوبهم .

وتكون استطلاعات الرأي العام ، داعمة للممارسة الديمقراطية ، إذا أصبح الإيمان والإرادة قويان لمكانة وموقع الاستطلاعات في بناء الديمقراطيات المعاصرة ، حيث أنه لا يمكن الاستغناء عنها في عمليات اتخاذ القرارات ، بناء على آراء الجماهير وتوجهات المواطنين في المجتمعات ، حتى تكون هذه القرارات أقرب إلى ما تريده الشعوب. ولا يمكن الاستغناء عنها في عمليات قياس أداء الحكومات ورسم السياسات التي يتم تنفيذها، والعمل على ترقيتها وتجويدها في اتجاه تلبية انشغالات الشعوب وتسوية مشاكلهم .

في دراسة علمية في العالم العربي، تم انجازها في عام 2009، معنونة ب "استطلاعات الرأي العام والممارسة الديمقراطية في العالم العربية .. تفكير في وضع يتجاوز الراهن " يتم التأكيد على مدى الارتباط الموجود بين الديمقراطية وعمليات استطلاع الرأي العام" فلا يمكن للسياسيين والمراقبين، الاستغناء عن استطلاعات الرأي العام، لأنها تكشف عميق الأفكار، والمشاعر، والتحيزات، والقيم، والسلوكيات التي تتميز بها البلاد " .²¹

²⁰ - سعيد بن سلطان الهاشمي ، استطلاعات الرأي العام والممارسة الديمقراطية في العالم العربية .. تفكير في وضع يتجاوز الراهن، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني لاستطلاعات الرأي العام .. استطلاعات الرأي العام في مجتمع متغير القاهرة 8 و9 نوفمبر 2009 ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، ص 5

²¹ - المرجع نفسه . ص 5

وتؤكد الدراسة، أن اتساع الهوة بين الرأي العام والسلطة السياسية ، يخلق أزمة ثقة ومصداقية بينهما، ويعطل أي جهد للتمنية. وهذه بعض النقائص التي تشهدها استطلاعات الرأي العام في العالم العربي:

- تتهم بأنها غير موضوعية ومسيسة تتحكم فيها جهة التمويل الصادرة عنها ،
 - تتهم بأنها تدار وتوجه من الخارج وفق أجندات خارجية،
 - تعاني من غياب ثقافة البحث العلمي،
 - تعاني من تغييب المعلومة الخام ، غير المسيسة أو المشوهة ،
 - تعاني من شح الإحصائيات والدراسات الموثقة والمتوفرة بقواعد بيانية معروفة ،
 - تعرف ندرة مراكز البحث والدراسات المستقلة في الأهداف والتمويل ، قطريا وقوميا،
 - شيوع أفكار الخوف من هذه الاستطلاعات لكي لا تكون أداة تعقب من قبل الحكومة على شعوبها،
 - التعدي على الموضوعية والمنهج العلمي عند إجراء هذه الاستطلاعات، فكثير منها يجري بأسلوب إعلامي أكثر منه علميا،
 - تغييب دور مؤسسات المجتمع المدني من عمليات استطلاع الرأي ،
 - غياب الشفافية عند نشر النتائج لأسباب يخلقها القائمون على هذه الاستطلاعات كالحفاظ على اللحمة الوطنية أو تجنب الفرقة و (الفتن).
- ومن العوائق التي يمكننا تسجيلها بين الممارسة الديمقراطية في العالم العربي واستطلاعات الرأي العام ، ما يلي :

- الاستبداد في القرار السياسي والاقتصادي ، مما يجعل الرأي العام مغيب ،
- تقلص الحريات العامة ، ومنها حرية الرأي والتعبير، وهذا لا يسمح بأخذ آراء الجماهير والشعوب،
- عدم الاهتمام بصفة واضحة بالنخب الفكرية والمتففة ، وذلك للخوف غير المبرر السائد لدى الحكومات العربية من كل مفكر ومثقف،
- اتخاذ أنماط صورية وشكلية للمؤسسات الدستورية والهيئات مثل البرلمان والقضاء وحتى للمؤسسات الصحافية والإعلامية بعيدة عن خدمة أهداف الشعب،

جعل الرأي العام نموذجاً ومثالاً للمعارضة، التي لا تستسيغ الحكومات العربية آرائها وأطروحاتها.

وتسجل الدراسة أنه رغم الفجوة الموجودة في العالم العربي بوضوح بين صانع

القرار السياسي والاقتصادي، وبين الرأي العام بمؤسساته واتجاهاته، مقارنة بباقي دول العالم، إلا أن النمو المتدرج لتأثير الرأي العام في هذه المنطقة (العالم العربي) في السنوات الأخيرة، لا يمكن إغفاله وتجاهله(..) وينبغي تكريس أجواء المشاركة السياسية وحرية الرأي، وتأكيد أطر حرية الصحافة أكثر مما هو موجود حالياً، فتوفر مثل هذه الأجواء، يساعد على ازدهار عمليات استطلاعات الرأي العام، ويمكن للديمقراطية أن تنمو في العالم العربي.²²

14. الرأي العام الإلكتروني :

1.14. ظهور الرأي العام الإلكتروني ونشأته:

بدأ ظهور الرأي العام الإلكتروني في أواخر القرن العشرين، مع ظهور الانترنت، وبرز بشكل واضح في القرن الواحد والعشرين من خلال وسائط الاتصال الجديدة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، و المنتديات الافتراضية ومواقع الدردشة. وقد أعطت " سوشال ميديا" أو مواقع التواصل الاجتماعي ومنها فايسبوك، للرأي العام الإلكتروني زخماً كبيراً، ففي الدول العربية، لعب الرأي العام الإلكتروني دوراً مهماً في الاحتجاجات منذ 2011 أثناء ما أطلق عليه " الثورات العربية " في تونس ومصر ثم في ليبيا.

وكانت للرأي العام الدولي أهمية كبرى على المستوى الدولي من خلال موقع تويتر (حالياً X) وذلك في الانتخابات الرئاسية الأمريكية التي فاز بها الرئيس "دولاند ترامب" عام 2017 الرئيس " دولاند ترامب 2017 والذي استعمل هذا الموقع للإدلاء بمواقفه في فترته الرئاسية الممتدة حتى 2021.

ويظهر الرأي العام الإلكتروني متجسداً ضمن البيئة المناسبة له وهي البيئة الإلكترونية أو الافتراضية، أو ضمن ما يعرف بـ " المجتمع الإلكتروني " وهو " المجتمع الذي يستخدم

²² - سعيد بن سلطان الهاشمي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 5 ، 6 .

التقنية الالكترونية من حاسوب إلى هاتف محمول (الجيل الثالث وما بعده ..) وشبكة الانترنت، ويتميز هذا المجتمع بالاتصالية العالية والمشارك الحرة و الفعالة في اغتناء المحتوى الرقمي ونشر المعرفة²³.

في دراسة أجريت عام 2005 أعدها البرشت هو فهائشي " ، عن أهم دوافع استخدام الانترنت في العالم العربي، ظهر أن نسبة المناقشات على الانترنت باللغة العربية في الدول العربية تفوق أي لغة أخرى، وأهم دافع للاستخدام الانترنت في الدول العربية هو الدردشة والمناقشات والتعارف واستخدام البريد الالكتروني، وأهم المواقع الأكثر أهمية في العالم العربي هي مواقع ذات طابع ديني.

وفي المجتمع الالكتروني، تتقدم اللغة الانجليزية صدارة اللغات العالمية في المرتبة الأولى تليها اللغة الصينية في المرتبة الثانية، ثم الاسبانية في المرتبة الثالثة، فاللغة اليابانية في المرتبة الرابعة، بعدها الفرنسية في المرتبة الخامسة، ثم الألمانية في المرتبة السادسة، وتأتي اللغة العربية في المرتبة السابعة، وبعدها البرتغالية في المرتبة الثامنة، ثم الكورية في المرتبة التاسعة، وفي المرتبة العاشرة تأتي اللغة الايطالية (إحصائيات موقع الانترنت الدولي (2008).

2.14. تعريف الرأي العام الالكتروني :

الرأي العام الالكتروني هو ذلك " الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في الفضاء الواسع على شبكة الانترنت"²⁴. وهو في تعريف آخر " يعبر عن كل الشرائح التي تمتلك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش"²⁵.

والرأي العام الالكتروني في تعريف ثالث هو: " عن مجموع أو نسبة آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الالكترونية في زمن محدد تجاه قضية أو موضوع معين ، تعرضوا له وبادروا

²³ - الزغبي ، 2008 ، ص 3

²⁴ - صلاح عبد الحميد و يماني عاطف ، مرجع سبق ذكره ، ص 27 .

²⁵ - فتحي حسين عامر ، الرأي العام الالكتروني ، دار النشر للجامعات ، القاهرة - مصر ، 2012 ، ص 164 .

إلى الكشف عن رأيهم بشأنه سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار".²⁶

3.14. مقومات تكوين الرأي العام الإلكتروني :

يرتبط الرأي العام الإلكتروني بعنصرين هما:

أ- انتشار شبكة الانترنت :

كلما انتشر الانترنت، وكانت شبكاته على نطاق واسع ، ازداد تواجد الرأي العام الإلكتروني وظهر حضوره على الساحة بشكل أكثر.

ب- ارتفاع مستوى التعليم :

كلما تم تعميم التعليم، وانخفضت نسب الأمية في المجتمعات، يكون الرأي العام حاضرا، وله تأثير في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها.

4.14. وسائل تشكيل الرأي العام الإلكتروني:

يمكن أن يتم تشكيل الرأي العام من الوسائل الآتية:

E Mail - البريد الإلكتروني: هو تقنية الكترونية لنقل الرسائل والوثائق من جهاز إلى جهاز آخر عبر الانترنت، نصوص، أو صوت أو ملفا فيديو، وهو من أقدم وسائل التواصل الإلكترونية.

وتقوم مراكز قياس سبر الآراء بشراء عناوين البريد الإلكتروني حتى تستفيد منها في عمليات سبر الرأي واستطلاعات الرأي، كما يستعمل في الحملات والانتخابات ، مثلما كان لدى هيلاري كلينتون مرشحة الحزب الديمقراطي في الانتخابات الرئاسية لعام 2007 حيث تم إرسال ملايين الرسائل البريدية .

SMS- خدمة الرسائل النصية القصيرة ، تكتب غالبا عبر الهاتف النقال أو المحمول

26 متعب بن شديد بن محمد الهماش ، تشكيل الرأي العام الإلكتروني ، ورقة بحثية في مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، قسم الإعلام ، الرياض المملكة العربية السعودية ، من 15 إلى 17 مارس 2009 .

ويتم ارسالها إلى هاتف محمول آخر .

MMS خدمة الرسائل المتعددة الوسائط: هي رسائل نصية طويلة أو رسومات

أو ملفات صوتية، أو مقطع فيديو مع نص مكتوب يتم استقبالها عبر الهاتف النقال وقد تستخدم مراكز استطلاع الرأي هذه الخدمة عبر إرسال رسائل إلى المبحوثين من عينة الاستطلاع ، يتم سؤالهم عن آرائهم ، وتكون طريقة إجاباتهم وإدلاء أصواتهم بالرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني .

-تقنية البلوتوت : وهي موجات راديو وبروتوكول اتصالات ، يستهلك كميات من الطاقة، ويغطي مساحة جغرافية تمتد من متر واحد إلى 100متر. فهو اتصال عبر الأثير بين جهازين الكترونيين ، حاسوب ، هواتف نقالة ، لوحات بدون أسلاك أو توصيلات .. ويمكن استخدامها عبر رسائل لاستطلاع آراء الموجودين في مناطق مزدحمة أو الأسواق التجارية الكبيرة والمغلقة.

-المنتديات : منها المواقع المتخصصة التي تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا والمواضيع المطروحة للنقاش على الموقع، وتمكن المستخدمين لذلك الموقع من الرد عليها ومناقشتها بصفة فورية.

-غرف الدردشة والحوار: تشمل تجمعات من شخصين إلى أكثر، يتم التفاعل بينهم بشكل مباشر وفوري بطريقة الكترونية من خلال شبكة الانترنت ، بالكلمات أو النصوص أو بالصوت أو بالصورة والصوت ، وهذا ضمن أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف النقال ..

- مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي ظهر أهميتها في التواصل والاتصال بين أفراد والجماعات ، كما برز تأثيرها بشكل واضح في تعبئة وتشكيل مثل فايسبوك في الثورات العربية ، وموقع تويتر (أكس حاليا) في الحملات الانتخابية ، وخاصة لدى الرئيس الأمريكي " دولاند ترامب" عام 2017.

5.14. التصويت الإلكتروني:

هو تسجيل أصوات الناخبين عبر الأجهزة التقنية الرقمية والانترنت، مثلما يجري حاليا في بعض الدول المتقدمة تكنولوجيا، وبالأخص الولايات المتحدة الأمريكية. ويتم في هذه العملية الاستغناء عن البطاقات الورقية. وهناك عدة طرق للتصويت الإلكتروني، منها

التصويت عن بعد عن طريق البريد الالكتروني ورسائل الهاتف المحمول، والتصويت عن بواسطة الآلات الالكترونية المخصصة في المكاتب.

وهذا النوع من التصويت المتعلق بالانتخابات، ما يزال غير منتشر، بطريقة عامة، حيث أنه منحصر في بعض الدول.

5.14. مميزات الرأي العام الالكتروني:

من مميزات الرأي العام الالكتروني ، ما يلي :

- الانتشار الكبير والوصول السريع ، ينتشر الرأي العام الالكتروني إلى أكبر عدد من الناس و الشرائح الاجتماعية في جميع أنحاء العالم ، وفي أقرب وقت ممكن .
- التفاعل الفوري : يتم رد الفعل ، بطريقة فورية ، آنية في الوقت نفسه ، مباشرة بعد عملية التلقي بين المستخدمين ، وذلك بالتأييد أو المعارضة ، وبال تعليق أو الاستجابة ، بالكلمات والصور أو الرموز أو الإشارات أو غيرها ..
- تمكين القادة وصناع من الاعتماد عليه بصفة دقيقة وفورية لمساعدتهم في اتخاذ القرارات.
- التجدد والتغير : يتميز بأنه متغير باستمرار، وغير ثابت نظرا لتغير مستجدات الأحداث وسرعة وصول المعلومات .
- انخفاض التكلفة : أصبح الانترنت ، والتقنيات الالكترونية بأثمان غير عالية و في متناول أغلب الفئات الاجتماعية، بل أنه في بعض الدول تتم الاستفادة من الانترنت مجانا.
- سرعة تشكيل اتجاهات : يتشكل الرأي العام الالكتروني بسرعة نظرا لسرعة انتشار الأخبار ووجود التفاعل الفوري معها وبالتالي فإن أفكار وأراء واتجاهات الناس تعرف بسرعة كما أنهم لا ينتقلون من أماكنهم ، ويمكنهم الإبداء بأرائهم من مكان تواجدهم .
- مدى المصادقية : هي حاليا محل نقاش وجدل كبيرين .. البعض يقر بنزاهة الرأي العام الالكتروني ، كونه يتم بطريق إحصائية دقيقة . والبعض الآخر، يقول بأنه لا يمكن التحكم في عدم الغش وعمليات تكرار الرأي الواحد عدة مرات.
- سهولة القياس بطرق وأساليب علمية وتقنية عديدة ، نظرا لتوفر إحصائيات دقيقة وفورية.

الفصل الثاني

قياس الرأي العام

1. نشأة قياس الرأي العام وتطوره:

في القدم ، كان يتم الاعتماد على طرق وأساليب قديمة لقياس الرأي العام، فالحكام في العصور القديمة كانوا يرسلون بعض المقربين منهم إلى الأماكن العامة والأسواق للتعرف على آراء الناس وأحوالهم، بينما كان بعض الآخر من الحكام يخرجون بأنفسهم لتفقد أخبار الناس، مثلما كان يفعل عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - ومثال على ذلك (حادثة بائعة اللبن).

للإشارة ، فإن بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام، بمفهوم يقترب من المفهوم الحالي، ظهرت في القرن الثامن عشر، فأولى المحاولات كانت في عام 1774، حيث قامت كل من شركة " ارامز " للاستطلاعات ومؤسسة بن فرانكلين، بقياس رأي سكان المستعمرات الأمريكية (التي شكلت فيما بعد الولايات المتحدة الحالية) وذلك بتكليف من الكونغرس الأمريكي، لمعرفة مدى استجابة السكان الأمريكيين لشن حرب ضد انجلترا آنذاك، وقد شمل الاستطلاع 4 آلاف شخص.²⁷

وفي القرن التاسع عشر، في عام 1824، حاولت بعض المؤسسات المهمة بمجال التجارة والتسويق، معرفة آراء الناس من المستهلكين للسلع، ومعرفة ما يرغب فيه الزبائن. وفي القرن العشرين، برزت عمليات سبر الرأي والاستطلاعات في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، التي كانت تسمى الاقتراع الأولي، ونشرت جريدتا "هاريسبورغ بانسفانيا" و"رابينغ ستار" نتائج انتخابات الرئاسة عامي 1940 و 1944 ، التي فاز بها " فرانكلين روزفلت" (الذي تحصل على أربع انتخابات رئاسية متتالية قبل تعديل العهدة). وقد تم توقع فوزه بعد من قبل المعهد الأمريكي للرأي العام غالباً ، ولكن في الانتخابات الرئاسية عام 1948 حدث العكس، حيث لم يكن تنبأ المعهد بفوز المرشح " توماس ديوي" على منافسه الرئيس " هاري ترومان" ناجحاً، مثلما كان الفشل بعد ذلك في عام 1976 حيث توقع المعهد فوز المرشح "جيرالد فورد" على الرئيس " جيمي كارتر" ، ولكن حدث العكس وفاز كارتر.

²⁷ - هشام بشير ، دراسة نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام ، مركز دراسات الدول النامية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، الجامعة الإسلامية بغزة ، فلسطين ، ص 16 .

وكان للصحافة دورا مهما في إجراء عمليات سبر الرأي و نشر نتائج الاستطلاعات، منذ عام 1824 . ثم شاركت بعد هذا التاريخ في عديد من الاستطلاعات التي تخص الانتخابات الرئاسية الأمريكية من خلال انجاز الاستطلاعات وتوزيعها على الناخبين .

2. قياس الرأي العام .. من التكهّن إلى البحث العلمي :

يمكن الإشارة، إلى أن الاستطلاعات و عمليات سبر الرأي، مرت بثلاث مراحل أساسية ، نوجزها فيما يلي

- مرحلة التكهّن أو التنبؤ : نستطيع تحديد هذه المرحلة منذ بداية ظهور استطلاعات الرأي حتى عام 1935، وكانت الاستفتاءات واستطلاعات الرأي العام، تعتمد على طرق ينقصها الدقة، من حيث الإحصاء ومن حيث العينات التي كانت غير ممثلة للمجتمع . فقد كان يتم أخذ العينات من قوائم أصحاب السيارات أو دفاتر أرقام الهواتف، في الاستطلاعات التي كانت تقوم بها الجرائد والصحف، وتلك العينات كانت تمثل آنذاك أفراد من ذوي الدخل المرتفع ، ولم تكن ممثلة للمجتمع . فمثلا من يشتري سيارة لا تشمله الاستطلاعات ، ومن لا يملك هاتف لا تشمله الاستطلاعات ، كونهم غير موجودين في القوائم المختارة .

- المرحلة العلمية أو مرحلة العينة : في هذه المرحلة، استخدم معهد غالوب في عام 1935، لأول مرة العينة (العينة الحصصية) في تمثيل المجتمع الأمريكي في انتخابات الرئاسة، وكان ينشر بصفة دورية توجهات الرأي العام الأمريكي. وبهذا انتقل القياس من مرحلة التكهّن والقياسات التقريبية وغير الدقيقة ، إلى مرحلة استخدام الطرق العلمية.

وقد قرر معهد غالوب منذ إنشائه بأن تكون عمليات سبر الرأي التي يجريها غير مدفوع لها من قبل الأحزاب وجماعات الضغط وغيرها، وهو مازال يتمسك بهذا حتى الآن، لضمان الاستقلالية والموضوعية أكثر. وهنا ظهرت محاولات الاعتماد على الطرق العلمية ، وكذا محاولات التحلي بالموضوعية والاستقلالية عن الضغوطات والتأثيرات السياسية والاقتصادية التي هي من العوامل التي تقلل وتنقص من قيمة الاستطلاعات وصدقيتها.

لكن عدم صحة الاستطلاعات وابعادها او عدم تطابقها مع النتائج الحقيقية والواقعية للانتخابات ، كان ومازال الهاجس الأكبر الذي يهدد اجراء الاستطلاعات وعمليات سبر الرأي، فنتيجة لبعض التوقعات غير الصحيحة، في الأربعينيات و الخمسينيات من القرن

العشرين ، تم انتقاد عمليات سبر الرأي بشدة ، وقال البعض بعدم جدواها ، وذهبوا إلى حد المناداه بالتخلي عنها . ولكن في بداية الستينيات، منذ عام 1960 بعد نجاح توقع فوز الرئيس كينيدي على الرئيس نيكسون، انتعشت عمليات سبر الرأي من جديد، و دخلت استطلاعات الرأي مرحلة أخرى ، تعتبر بالمرحلة الحاسمة ، حيث تميزت باستخدام الأساليب العلمية، بأكثر دقة ونضج .

- مرحلة النضج : بدأت هذه المرحلة في أوائل السبعينيات، حيث عرفت عملية استطلاعات الرأي ما يطلق عليه طابع "النضج" بعد التركيز على الاعتماد على الجانب الديناميكي الخاص بعملية سبر الرأي ، مثل مشروع المسح العام والمسح الاجتماعي الدولي والبارومتر الأوروبي.

واليا، تتقاطع في عملية قياس الرأي العام، عدة علوم، منها بينها علوم الإعلام والاتصال، وعلم السياسة وعلم النفس، وعلم الاجتماع، والاقتصاد، والأنثروبولوجيا، إضافة إلى علمي الإحصاء والرياضيات. وأصبحت القياسات تشمل الأساليب الكمية والكيفية، وتعتمد على الإحصاء والعمليات الرياضية والحسابية، كما تعتمد أيضا على الملاحظة وتحليل المضمون لمعرفة دلالاتها.

وقد تبنت معاهد ومراكز سبر الرأي في العالم، الطرق العلمية وأساليب القياس المعتمدة على البحوث والدراسات الأكاديمية، ويمكن ذكر أهم المعاهد الأولى لقياس الرأي العام في العالم :
- المعهد الأمريكي للرأي العام غالوب الذي أسسه "جورج غالوب" George Gallup وذلك عام 1935 بمدينة نيوجرسي بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو صحفي وإحصائي أمريكي . ويعد معهد غالوب ، أول معهد لقياس الرأي العام في العالم .

- في فرنسا أنشئ المعهد الفرنسي الدولي للرأي العام (IFOP) في عام 1938 على يد جان ستويتزل Jean Stoetzel ، وهو أستاذ جامعة السوربون، وصديق لغالوب. وكانت تدير هذا المعهد بين سنوات 1990 - 2016 السيدة لورانس باريسو التي لقبته بـ "رئيسة الرؤساء" في فرنسا، و تخصص المعهد في استطلاعات الرأي العام وأبحاث السوق وتبنى شعار "الاتصال يخلق القيمة" و اهتم باستطلاعات الرأي لفائدة الشركات والأحزاب .
- وفي بريطانيا نشأ عام 1938 أول معهد لسبر الآراء.

3. مفهوم سبر الرأي :

3.1. المفهوم اللغوي :

نوجز المفهوم من حيث اللغة لسبر الرأي من خلال ما ورد في بعض القواميس:

- سبر : السبر هو امتحان غور الجرح وغيره .(حسب القاموس المحيط).²⁸
- سبر الشيء : قاس غوره ليتعرف على عمقه ومقداره .
- سبر فلان: خبره ليعرف ما عنده ويحدد نواياه أو دوافعه الحقيقية (معجم اللغة العربية المعاصرة).²⁹
- استطلاع : أنجز استطلاعاً حول سير معامل المدينة، أجرى تحقيقاً، أي نقل معلومات وحقائق عنها.³⁰

3.2. المفهوم الاصطلاحي :

حسب معجم المصطلحات الإعلامية، فإن "المقصود بقياس الرأي العام أو استطلاع أو استفتاءه، هو الوقوف على اتجاهات الرأي العام تجاه قضية عامة أو عدة قضايا يدور حولها الجدل أو النقاش وتمس المصالح العامة للمواطنين".³¹

تشير الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية في تعريفها لقياس استطلاعات الرأي العام، إلى أن قياس الرأي العام يتضمن تحديد ردود أفعال الأفراد بكلمات أو عبارات محددة. وقياس الرأي العام، هو وسيلة للتحقق من عادات وأولويات الأفراد والجماعات من خلال ردود أفعالهم وإجاباتهم على عبارات وأسئلة مصاغة صياغة علمية، وهو ينير الطريق أمام المشرعين، وغيرهم من الذين يرغبون في معرفة حالة الرأي العام معرفة دقيقة، إزاء قضية ما، ويكشف مواطن الجهل في الناس، وأثر الإعلام فيهم، ويساعد في تعليمهم وتثقيفهم، ويلقي الضوء على الفجوات التي تفصل بين أعمال الساسة وغيرهم من القادة، وبين حاجات الجمهور والهيئات الخاصة، ويدفع إلى تكوين الآراء والميول".³²

²⁸ - مجد الدين الفيروز أبادي ، القاموس المحيط ، تحقيق : محمد منعم العرقوسي ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، لبنان ، 2005 ، ص 404 .

²⁹ - أحمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، عالم الكتب ، القاهرة ، المجلد 2 ، 2008 ، ص 1025

³⁰ - عبد الغني أبو العزم ، معجم الغني ، ص 24401

³¹ - أحمد زكي بدوي ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الكتاب المصري ، القاهرة 1985، ص 133.

³² - الدببسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 183 .

4. التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام :

يتضمن التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام ثلاث أنواع هي:

- استطلاع الرأي العام: هي أول أنواع المسوح وأسهلها تنفيذاً، ويكمن الهدف والغاية من إجرائها، في التعرف السريع والفوري للرأي العام، حول قضية معينة، ويكتفي هذا النوع بمعرفة النسب المئوية للرأي العام. مثل الاستطلاعات التي تقوم بها القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، أو تنجز عبر الهاتف.

- قياس الرأي العام : يستهدف هذا النوع التعرف على الآراء والدوافع الكامنة وراءها، ويتميز بخلاف النوع الأول، بالبطء النسبي في انجازه، ويتميز باستخدام أساليب متقدمة ومتطورة في التحليل الإحصائي. وهو أكثر عمقا في دراسة الرأي العام .

- بحوث الرأي العام : هدفها الأساسي هو توفير معلومات أكبر وأشمل، يتم الاستفادة منها في التخطيط الإعلامي. ويمكن أن تكون بحوثاً نظرية، مثل تلك التي تتناول مقدمات الرأي العام في دولة معينة، أو بحوث ميدانية، كتحليل أسباب ودوافع مروجي الشائعات وخصائصها، ودوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام، أو الكشف عن قادة الرأي في المجتمع وخصائصهم . وقد تكون بحوثاً تحليلية لمضمون ما، يكتسب أو يذاع داخل البلاد وخارجها، مثل تحليل بريد القراء المنشور أو غير المنشور، وصفحات أعمدة الرأي، وكذلك البرامج السياسية من قنوات فضائية³³.

³³ - فتحي حسن عامر ، الرأي العام الالكتروني ، مرجع سبق ذكره ، ص 75

5. أهمية قياس الرأي العام :

تكمن أهمية قياس الرأي العام، والاستطلاعات أو عمليات سبر الرأي من خلال العوامل الآتية :

- يساعد قياس الرأي العام في معرفة الواقع الفعلي بوضعه الحقيقي، بعيدا عن التقارير الرسمية. وهو ما يمكن من معرفة المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة في الدول والمجتمعات، ويكشف احتياجات ورغبات الرأي العام.

- يمكن القياس من معرفة آراء الناس حول المشاكل والنقائص، وكشف المواقع والأماكن التي تحتاج للاهتمام، مما يتيح للحكومات وضع مخططات تنموية مناسبة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية .

- يوفر القياس كما وفيرا من المعلومات عن الرأي العام ومقوماته واتجاهاته، تساعد الحكام والسياسيين على معرفة آراء الرأي العام، وتساهم في اتخاذ القرار المناسب.

- يوضح القياس توجهات الرأي العام الحقيقية والفعلية، حول المسائل والقضايا المراد الكشف عنها ومعرفتها، وهذا ما يساعد أصحاب القرار والحكومات ومختلف الهيئات والمنظمات المختلفة على تشكيل الرأي العام وفق برامجهم ومخططاتهم.

- يساعد قياس الرأي العام على معرفة الآراء والتوجهات الغالبة في المجتمع ، وهو ما يؤدي إلى وضع خطط دعائية وتسويقية، بما يتوافق مع تلك الآراء والتوجهات، محاولة لاستمالة وجذبه أصحابها.

ولقياس الرأي العام الالكتروني أهميته :

تكمن أهمية قياس الرأي الالكتروني، رغم أنه ينحصر في الواقع الافتراضي، كون مواقع التواصل الاجتماعي، أصبحت مجالا للنشاطات المدنية، من خلال طرح انشغالات المواطنين ومشاكلهم. وهذا متوقف على مدى استجابة المسؤولين وأصحاب القرار لها. كما تكمن أهمية الرأي العام الالكتروني أيضا من خلال تعبئة أفراد المجتمع . وقد ظهر تأثيره في الاحتجاجات والإضرابات، بشكل واضح في الدول العربية خلال ما أطلق عليه تسمية " الثورات العربية " .

6. الجهات والهيئات التي تقوم بقياس الرأي العام :

- من أهم الجهات والهيئات التي تقوم بعمليات قياس الرأي العام، نذكر ما يلي :
- المؤسسات التجارية : هي من أكثر المهتمين بقياس الرأي العام، حيث أن أساليب قياس رأي ورغبات المستهلكين والزبائن حول السلع والبضائع، تعتبر الخطوة الأولى في عملية البيع. وبهذا يتم اللجوء لمعرفة آراء المستهلكين حول السلع والبضائع المعروضة، بهدف الاطلاع على ميولهم ورغباتهم ، ويكون القياس لتحسين المنتج المقدم ورفع مردوديته بهدف نيل رضا الزبائن، واستمالتهم للشراء .
 - السياسيون: يقومون بعمليات سبر الرأي لمعرفة آراء واتجاهات الناس السياسية والاقتصادية، ويلجأ السياسيون إلى قياس الرأي العام ، بهدف وضع برامجهم وخططهم السياسية والاقتصادية، في الحملات الانتخابية ، لتكون مسايرة لتوجهات الجمهور بغية تحقيق الفوز في الانتخابات.
 - الهيئات والوكالات الحكومية : تقوم الهيئات والوكالات الحكومية بإجراء عمليات سبر الرأي ، بغية معرفة رأي المواطنين في الخدمات التي تقدمها، وإشعار الحكومات بذلك، من أجل تعديل السياسات والمخططات المعتمدة أو تعزيز وتدعيم السياسة الموجودة .
 - وسائل الإعلام : تهتم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، من الصحافة المكتوبة، والإعلام السمعي البصري، والصحافة الالكترونية، باستطلاعات الرأي العام، ويظهر هذا من خلال نوعين :
- يتمثل النوع الأول في قياس آراء جمهورها حول البرامج والحصص التي تكتبها وتبثها وتصدرها، لمعرفة آراء و اتجاهات الجمهور حولها، بهدف مواصلة تلك البرامج أو تعديلها أو تغييرها ببرامج أخرى. وكذا لمعرفة مدى التأثير التي تتركها البرامج على الجمهور.
- ويتلخص النوع الثاني في تعبئة الجماهير بخصوص آراء أو أفكار أو توجهات معينة ، سواء كانت تخدم توجهات حكومية، اذا كانت الوسيلة الإعلامية تحت سلطة الحكومة ، او غير حكومية (تابعة لأحزاب او تجمعات اقتصادية او تجارية اونقابات او جمعيات ..)، فنقوم وسائل الاعلام بالتعبئة والتجنيد لطرف أو لأخر ..

7. مشكلات أو معوقات قياس الرأي العام في الدول العربية :

من بين أهم المشاكل والمعوقات التي تعترض عمليات سبر الرأي وقياس

الاستطلاعات ، ما يلي:

- الأمية المنتشرة في أوساط المجتمعات العربية .
- الخوف المنتشر لدى أوساط الشعب والجمهور من التعبير عن إبداء آرائهم .
- انعدام الثقة لدى الناس والجمهور من عمليات سبر الرأي، والخشية أن تكون أداة لتعقبهم من قبل الحكومات .
- ضعف ثقافة الرأي العام ، ونقص أو انعدام الاهتمام به في أوساط المجتمعات العربية .
- تحيز القائمون على عمليات سبر الرأي وعدم حيادهم ، لأسباب موضوعية وذاتية .
- عدم توفر أجواء مناسبة لعمليات سبر الرأي ، نظرا للضغوط السياسية والاجتماعية الممارسة في الدول العربية.
- نقص مراكز قياس الرأي ، وعدم استقلاليتها، فهي مرتبطة بالحكومات أو بالجماعات الضاغطة أو بغيرها.
- تحيز بحوث ودراسات قياس الرأي العام لجهات وأطراف معينة.
- خضوع عمليات سبر الرأي لمن يمولها ويدفع تكاليفها .
- غياب الشفافية والموضوعية في نتائج دراسات قياس الرأي العام ، وتعرضها للتعتيم وإخفاء نتائجها إذا لم تتوافق مع توجهات الحكومات أو جهات مؤثرة .
- غياب أو تغييب دور المجتمع المدني في استطلاعات الرأي وعمليات السبر في العالم العربي.

ويضاف إلى هذا ، تحديات يشهدها العالم العربي، وعليه أن يتجاوزها، ومنها : الاستبداد والفساد، وتقييد الحريات بالقانون، مع الجهل والأمية والفقر، والاحتلال والتدخل العسكري والتسليح التجاري.³⁴

³⁴ - سعيد بن سلطان الهاشمي ، ص 9 إلى ص 12

ففي العالم العربي تعيق عمليات سبر الرأي العام ، بعض التحديات ومنها استبدال بعض الحكام العرب ، الذين لا يعطون للمواطنين حقوقهم المشروعة ، كما أن البيئة السائدة في هذه المنطقة ، ينتشر فيها التستر وعدم الشفافية والغش والاستغلال ، وناهبي المال والذين يستغلون نفوذ مناصبهم ووظائفهم في عدم وصول نتائج عمليات سبر الرأي، أو يعملون على عدم إجراء مثل العمليات.

وللرأي العام الالكتروني مشاكله هو أيضا :

يخطئ من يعتقد أن المعلومة وصلت للناس بمجرد إرسالها في الانترنت ، دون الأخذ بعين الاعتبار لبعض العوامل، ومنها:

- عدم توفر شبكة الانترنت بشكل كامل.
- نقص سرعة التدفق.
- وجود أمية تكنولوجية.
- نقص مستوى الوعي.
- توفر حجم كبير من المعلومات في الانترنت.

8. الخطوات المتبعة لإنجاز عملية قياس الرأي العام :

نوجز الخطوات التي ينبغي اتخاذها وإتباعها لإنجاز عملية قياس الرأي العام فيما يلي :

- اختيار موضوع القياس أو سبر الرأي العام، وجمع البيانات الأولية حوله، من الأفضل أن يكون موضوعا آنيا، ينال اهتمام الناس أو محل جدل لديهم، أو موضوع ضمن خطط السياسيين أو الحكومات.
- تحديد الأهداف المنتظرة والمرجوة من قياس هذا الموضوع (القضية أو المسألة أو غيرها..)

- تشكيل فريق العمل الذي سينجز عمليات القياس، الاستطلاعات وسبر الرأي ، والذي ينبغي أن تتوفر فيه بعض المواصفات، كالخبرة العملية والقدرة في الميدان على إنجاز العمل. وإن تطلب الأمر، فإنه يتم إجراء مقابلات لاختيار أعضاء فريق العمل وإمضاء عقود معهم، أو اللجوء إلى مراكز سبر الرأي المتخصصة في المجال .

- تحديد المستلزمات المطلوبة في عمليات القياس، بما فيها وضع ميزانية مالية لانجاز العمليات ، وتحديد أجزء فريق العمل أو مستحقات المركز، الذي يقوم بعملية القياس.
- تحديد المنطقة الجغرافية التي ستشملها عملية القياس.
- تحديد الفترة الزمنية التي تستغرقها عمليات القياس.
- تحديد الأداة أو الأدوات التي سيتم بها القياس.

9. ماذا نقيس في عمليات سبر الرأي :

- يمكننا أن نقيس في عمليات سبر الرأي واستطلاعات الرأي ما يلي :
- قوة الرأي : بهدف معرفة مدة قوة الرأي وشدته، إزاء مسألة أو قضية ما، من حيث درجات التأييد أو الرفض أو الحياد.
- مناطق الرأي وجغرافيته ، معرفة أين يتركز الرأي العام ، وفي أي منطقة ينتشر .
- تركيبية السكان أو ديمغرافيته ، من حيث الدين والعرق والقومية .. ومن حيث الفئات العمرية ، ومن حيث الجنس .
- الزمن : معرفة مدى ثبات أو تغير الرأي العام في الفترات القصيرة أو المتوسطة أو الطويلة .
- طبيعة المحتوى و المضمون : معرفة توجهات واتجاهات الأفراد وجماعات المجتمع من القضايا والمسائل التي تطرح انشغالاتهم ومشاكلهم ..
- يتم قياس الرأي العام واستطلاعات الرأي من خلال عدة وسائل و أدوات، من الاستمارة والمقابلة ، وتحليل المضمون ، وعبر عدة طرق تقنية مثل مقياس المتابعة ودفتر الاستماع ، والمقابلة المنزلية، والتحقق الطولاني (العينة الواحدة) وغيرها ..
- بإمكان المحقق أو الباحث أن يختار أداة واحدة ، أو يستعمل أكثر من أداة ، لأن أداة واحدة قد لا تفي بالغرض المرجو في بعض العمليات .
- وتقوم عمليات سبر الرأي العام والجمهور واستطلاعات الرأي من الناحية التقنية على أركان رئيسية هي:
- وضع وتحضير أسئلة دقيقة وواضحة .
- اختيار العينة بعناية، تكون ممثلة لمجتمع البحث .

- محققون محترفون، مهنيون ، يتسمون بالنزاهة والحياد ، خاصة في المقابلات .

10. أدوات قياس الرأي العام

من أهم أدوات قياس الرأي العام ، نذكر ما يلي :

1.10-Questionnaire الاستمارة (الاستبيان) أو الاستبانة :

في اللغة العربية، توجد مرادفات عديدة لمصطلح الاستبيان منها: الاستفتاء (الاستبار) أو الاستباره والاستقصاء. و" الاستبيان يعني استمارة تحتوي مجموعة من العبارات أو الفقرات أو الأسئلة المكتوبة يتطلب الإجابة عليها بما يراه الفرد مهما أو ينطبق عليه .. إلخ".³⁵ ويطلق عليه البعض الاستفتاء، وهو أسلوب لجمع البيانات يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم الحقائق أو آراء أو أفكار معينة.³⁶ استمارة الاستبيان Questionnaire أو الاستبيان المسحي تم اختراعه من قبل فرانسيس غالتون Francis Galton ، والاستمارة هي أداة بحث تتكون من عدد من الأسئلة أو من مجموعة العناصر الاستفهامية التي تطرح للحصول بموجبها على عدد من الإجابات من قبل المشاركين في عملية البحث بطريقة نظامية و يمكن أن يتم تجميع الإجابات المتحصل عليها في الاستبيان المنتظم في مقياس مركب أو فهرس للتحليل الإحصائي.³⁷ يحدد موريس أنجرس Angers Maurice مفهوم " الاستمارة في شكلها الأكثر شيوعا بسبر الرأي، وهي تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد سابقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وقيم مقارنات كمية . وطرح الأسئلة يكون بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها".³⁸

³⁵- علي معمر عبد المؤمن: البحث في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008، ص 204.

³⁶ - الدببسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 186 .

³⁷- انول باتشيرجي: بحوث العلوم الاجتماعية - المبادئ والمناهج والممارسات، ترجمة خالد بن ناصر الحبان،

دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014، ص 214 .

³⁸- موريس انجرس، مرجع سبق ذكره ، ص 204.

في تعريف آخر، الاستثمار هي " نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستثمار إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد. كما تعرف الاستثمار بأنها مجموعة أسئلة، بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة".³⁹

1.1.10. بين الاستثمار وسبر الرأي:

رغم وجود تقارب بين الاستثمار وسبر الرأي إلا أن الفروق بينهما تكمن في مضمون الأسئلة وعددها وعدد الأفراد المستهدفين.

بالنسبة لمضمون الاستثمار، فإنه يتناول عددا من المواضيع. أما مضمون سبر الرأي فيكون لتقييم ما أو نية القيام بفعل معين. وفيما يخص الأفراد المستهدفين، ففي سبر الرأي يكون واسعا قد يشمل بلدا بأكمله، مثل سبر الرأي العام السياسي عند المواعيد الانتخابية. أما الاستثمار فتستهدف مجموعة أفراد محصورة على مستوى الخصائص وعلى المستوى الجغرافي أيضا. وفيما يتعلق بعدد الأسئلة، فعموما الاستثمار أسئلتها أكثر عددا من سبر الرأي.⁴⁰

ينبغي الإشارة إلى أن عمليات المسح بواسطة الاستثمار الاستبيان، أصبحت تتم بتحفييزات سواء معنوية أو مادية مثل إقناع المستجوبين بأنهم يساهمون في تحقيق هدف علمي أو غاية إنسانية أو غيرها. وغالبا ما تكون تحفييزات مادية تمنح للمستجوبين بواسطة هدايا أو دعوات مجانية للحفلات أو المباريات الرياضية، أو مبالغ مالية رمزية أو منتجات معينة.

2.1.10. أنواع الاستثمارات:

تكون الاستثمار بعدة طرق، منها المباشرة، وغير المباشرة، اللفظية أو المكتوبة أو المصورة أو الالكترونية، التي تسلم باليد أو التي توزع عبر البريد العادي أو الالكتروني. وقد تطورت أشكال الاستثمارات، وطرق توزيعها مع تطور وسائل الاتصال والتكنولوجيا، ومن بين أهم هذه الأنواع التي اطلعنا عليها في بعض الدراسات:

³⁹ -رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ص 18.

⁴⁰ - موريس انجريس، مرجع سبق ذكره، ص 204 - 205.

- الاستمارة أو الاستبيان البريدي، وهو أقدم أنواع الاستثمارات، ترسل عن طريق البريد العادي بواسطة أظرفه بريدية لعدد كبير من الأشخاص، وعلى الراغبين في المشاركة الإجابة على الأسئلة، وإعادة إرسال الأظرفة، التي تكون مسبقة الدفع (حيث تحتوي على طوابع بريدية). وهذا النوع من الاستثمارات هي غير مضمونة في درجة الاستجابة، حيث يمكن أن لا يتم الرد عليها، كما يمكنها أن تتأخر بحسب مدى رغبة الاستجابة ومدى الاهتمام لدى الأشخاص المرسله لهم ، لكنها غير مزعجة في استعمالها بالنسبة للأشخاص. والملاحظ، أن استخدام هذا النوع من الاستثمارات عن طريق البريد العادي قد تقلص في السنوات الأخيرة ليترك مكانه لنوعين آخرين هما :

- استمارة أو استبيان الهاتف، يتم تحديد قائمة من أسماء الأشخاص، ويتم الاتصال بهم هاتفيا وطرح أسئلة عليهم لمعرفة آرائهم. ويكون هذا النوع في سبر آراء الناخبين خلال الحملات الانتخابية أو في الترويج للمنتجات التجارية.

- استمارة أو استبيان الانترنت، هو أكثر الأنواع حداثة. يمكن أن يتلقى المستجوب استمارة عن طريق البريد الإلكتروني، تملأ وترجع عن طريق البريد الإلكتروني للهيئة أو الشركة أو الشخص المرسل أو يتم إرسالها عبر صفحته على "فايسبوك".

- الاستمارة أو الاستبيان الميداني، الذي يتم في عين المكان، وهو من الأنواع التي ما تزال معتمدة بطريقة أكثر. فالاستبيان المدار في عين المكان بصفة فردية أو جماعية، يتم عن طريق جلب مجموعة من الأشخاص في مكان ما، أو عن طريق توجه القائم على عملية سبر الرأي للأشخاص في أماكن تواجدهم أو عملهم. ويكون هذا النوع بطريقتين ، هما :

- استمارة الملء الذاتي، تملأ الاستمارة ذاتيا، فالمستجوب يقوم بملئها بنفسه، حيث يوزع القائم بعملية سبر الرأي، الاستثمارات على المستجوبين، الذين يقومون بقراءتها وكتابة الإجابات عليها.

-استمارة المقابلة، حيث يقوم القائم بعملية سبر الرأي بمساعدة المستجوب في ملء الاستمارة. وفي هذا النوع، يكون طرح الأسئلة شفويا على المستجوب وتسجل الإجابات، وهو ما قد يتم غالبا مع الأطفال أو مع الأشخاص الذين لا يحسنون القراءة، أو في بعض الاستثمارات التي تتطلب ملازمة المستجوب للشرح أو التفسير.

3.1.10 عملية اختبار الاستمارة:

قبل الوصول إلى الاستمارة النهائية، يقوم القائم بعملية سير الرأي ، بإنجاز استمارة أولية يحرص من خلالها على التأكد من صدق استمارة الاستبيان، وفق الطريقتين المعمول بهما في البحوث الأكاديمية وهما:

- عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين الذين يشتغلون في المجال الأكاديمي في الإعلام والاتصال ومجال سير الرأي ، أساتذة بكلية علوم الإعلام والاتصال ومحتصين في المجال ، الذين يبدون ملاحظاتهم واقتراحهم ليأخذ بها، القائم بعملية سير الرأي .
- اختبار الثبات، يقوم القائم بعملية سير الرأي بدراسة قبلية (pre-test) على ما نسبته بين (2 و 5%)، من عينة الدراسة للتأكد من مدى صلاحية أداة استمارة الاستبيان للتطبيق، ومدى قياسها لما وضعت لقياسه، (ويتم الأخذ بهذه النسبة (من 2 إلى 5%) في العديد من الدراسات "41.

4.1.10. أسئلة استمارة الاستبيان :

بما أن الاستبيان هو مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين، وتقدم لعينة من الأفراد للإجابة عليها، فإن "هذه الأسئلة تعد بشكل واضح بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي".⁴²

ويتم مراعاة الشروط التي ينبغي أن تتوفر في أسئلة الاستبيان حتى تؤدي هدفها، ويتمكن المستجوبون من الإجابة عليها. ومن بين هذه الشروط:

- الالتزام بموضوع البحث وعدم الخروج عن إطاره ومضامينه العلمية.
- أن يكون عدد الأسئلة معقولا ومشجعا للمبحوث على التعاون مع الباحث.
- أن لا تكون متشعبة، مما لا يشجع المبحوث على الإجابة ويدفعه للملل والضجر.
- أن تكون خالية من المصطلحات والمفاهيم العلمية التي لا تفهم من قبل الجميع.

⁴¹- علي نجادات، حاتم علاونة وآخرون: اتجاهات النقابيين نحو قراءة الصحف اليومية الأردنية - دراسة ميدانية

متاح على موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال

<http://www.arabmediastudies.net> اطلع عليه بتاريخ 11.12.2012 على الساعة 11.34 .

⁴²- علي معمر عبد المؤمن، م س ذ، ص 206.

- أن تكون مرنة ومكتوبة بلغة بسيطة وسلسة، بحيث يفهما المختص وغير المختص.
 - أن تكون قصيرة ومركزة وواضحة بعيدة عن الغموض والتشويش.
 - أن تكون متسلسلة علمياً تعبر عن وحدة واتساق الموضوع.
 - أن يدور السؤال حول فكرة واحدة، فلا يجمع بين فكرتين أو أكثر.
 - أن لا توهي صياغة السؤال إلى إجابة معينة.
 - أن تبتعد عن العموميات والخصوصيات المخرجة والاستفزازية.⁴³
- وتضاف شروط أخرى مثل:
- مراعاة العوامل المرجعية للمبجوثين كمستوى التعليم والثقافة والعادات.
 - أن تكون الأسئلة قليلة ومختصرة.
 - أن تستعمل طريقة الإسقاط (مأخوذة من علم النفس) وهي أسئلة غير مباشرة باطنية، تعني أن يسقط المبحوث عيوبه وسلبياته على غيره، فتتكشف بذلك الدوافع الحقيقية لديه اعتقاداً منه أنه يصف بها دوافع غيره.
 - تجنب الأسئلة المزدوجة، وهي الأسئلة التي تستثير إجابتين، وهذا يؤدي إلى تشويش المبحوثين.⁴⁴

ويتم تحديد ثلاثة أنواع من الاستبيان انطلاقاً من أسئلته:

- النوع الأول: الاستبيان المقفل (المغلق) يحتوي أسئلة تتم صياغتها بحيث تكون إجابة المبحوث تتطلب وضع إشارة (+) عند خانة الإجابة. وفي هذا النوع تسهل عملية تفرغ الاستمارة إلى بيانات إحصائية، وتكون الإجابات مقيدة سلفاً.
- النوع الثاني: الاستبيان المفتوح، الذي يحتوي على أسئلة تكون الإجابة عليها غير محددة بإجابات موضوعية سلفاً، وإنما يجيب عليها المستجوب أو المبحوث بلغته وبطريقته الخاصة دون وجود أي قيود أو نماذج. ويعبر المستجوب عن رأيه بصراحة وبالطريقة التي يراها مناسبة. ويصعب في هذا النوع تفرغ الإجابات خاصة إذا كان عدد الاستمارات كبيراً.

⁴³ - المرجع السابق، ص 213 .

⁴⁴ - منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014

ص: 212 .

النوع الثالث: الاستبيان المغلق-المفتوح، وهو عبارة عن مزيج من أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة، تتم عن طريق بعض المفردات مثل: لماذا؟ وتكون الأسئلة المغلقة والمفتوحة منفصلة عن بعضها البعض. وهي الأكثر شيوعاً في الدراسات الحديثة.⁴⁵

وقد يتم الاعتماد في غالب الأحيان ، مثل نموذج الاستمارة الذي قدمناه هنا ، مثالا ، على النوع الثالث، أي الاستبيان المغلق-المفتوح، حيث تحتاج بعض الأسئلة إلى مزيد من التوضيح والتفسير، ولا يمكن أن الاكتفاء بإجابة مغلقة للمستجوب، بل من الضروري معرفة بعض أسباب وخلفيات إجابات المستجوبين .

ويتم إعداد وانجاز الاستمارة عبر عدة مراحل : منها تحضير الأسئلة وصياغتها وترتيبها . واختيار طريقة إرسالها، سواء ورقية غير مباشرة بريدية أو الكترونية ، أو ورقية مباشرة .
- استمارة ورقية : توزع بصفة تقليدية يدوية على الأفراد المستهدفين ، وقد تكون مع مقابلة. في بعض الحالات للأمين أو القصر ..

- استمارة الكترونية عبر الإنترنت : أصبحت الأداة العصرية والحديثة لقياس الرأي العام ويتم ذلك عبر بعض الوسائل التي توفرها الشبكة ، من بينها :
- البريد الإلكتروني.
- محركات البحث.
- مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها ..

5.1.10 نموذج استمارة :

هذا نموذج استمارة ، قمنا بانجازها في أطروحة دكتوراه المعنونة ب " حرية التعبير من خلال وسائل الاتصال الجديدة في الجزائر (فيسبوك نموذجاً) - دراسة مسحية لعينة من -الصحفيين عام 2017 .⁴⁶

⁴⁵ - منال هلال المزاهرة: م س ذ، ص: 216 - 217.

⁴⁶ - عبد الكريم تفرقينت ،

نموذج عن استمارة استبيان

هذه استمارة، تم انجازها في كلية علوم الإعلام والاتصال في السنة الجامعية 2016-2017 من قبل الباحث عبد الكريم تفرقنيت لإعداد مذكرة دكتوراه بعنوان " حرية التعبير من خلال وسائل الاتصال الجديدة في الجزائر (فيسبوك نموذجاً) - دراسة مسحية لعينة من الصحفيين عام 2017 - وقد تم توزيعها أثناء تلك السنة على عينة حصصية من الصحفيين ، بلغ عدد أفرادها 400 فرداً.

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم الإعلام

استمارة استبيان

بعد التحية والتقدير:

سيدي الصحفي، سيدي الصحفي:

هذه استمارة استبيان لبحث علمي ميداني لتحضير شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

حول موضوع: "حرية التعبير من خلال وسائط الاتصال الجديدة

في الجزائر (فيسبوك نموذجاً) - دراسة مسحية لعينة من الصحفيين عام 2017-

الرجاء منكم ملء الاستمارة بوضع علامة (+) للإجابة التي ترون أنها مناسبة، ونحيطكم
علما أن المعلومات التي تتفضلون بها لا تستخدم إلا في هذا البحث العلمي.

شكرا جزيلا على تعاونكم

إعداد الطالب:

عبد الكريم تفرقنيت

السنة الجامعية

2017-2016

المحور الأول: البيانات الشخصية (الديمغرافية):

- الجنس: ذكر أنثى

- السن:

- المؤسسة الإعلامية التي تشتغل بها:

حكومية (قطاع عام) خاصة (قطاع خاص)

- لغة الوسيلة التي تعمل بها:

العربية الفرنسية الأمازيغية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الصحفيين لفايسبوك

س1- منذ متى، بدأت تستخدم فايسبوك؟2011.....

س2- هل تستخدم فايسبوك؟

يومية عدة مرات في الأسبوع مرة في أسبوع

أخرى، اذكرها

س3- هل تستعمل في فايسبوك؟

اسمك الحقيقي اسم مستعار

صورتك الحقيقية صورة مستعارة

مهنتك الحقيقية مهنة مستعارة

أخرى، اذكرها

لماذا؟ اشرح إجابتكأحرص أن أتعامل مع اصدقائي وغير اصدقائي بهويتي

الحقيقية.....

س4- فايسبوك بالنسبة لك هو؟ (يمكن الاجابة على أكثر من اقتراح)

- وسيلة للاطلاع على الأخبار والمعلومات التي لا تجدها في وسائل الإعلام التقليدية

- وسيلة اتصال وتواصل، وتبادل الحديث مع الأصدقاء

- وسيلة للتعبير عن مواقفك وآرائك بحرية

- أخرى، اذكرها.....

المحور الثالث: حرية التعبير في فايسبوك

س 5- هل تعتقد أن فايسبوك في الجزائر يوفر حرية التعبير بمستوى؟

عال متوسط ضعيف لا يوفر

س 6- هل ترى أن حرية التعبير في فايسبوك؟

مطلقة نسبية مقيدة

اشرح إجابتك :

س 7- هل تستعمل فايسبوك للتعبير عن رأيك؟

دائما أحيانا أبدا (لا)

س 8- هل تعتقد أن فايسبوك وسيلة فعالة للتعبير عن الرأي؟

لا نعم أحيانا

س 9- هل كتبت في فايسبوك آراء وتعليق تنتقد فيها سياسة حكومة بلادك؟

نعم + لا

س 10- هل تتطرق في كتابتك في فايسبوك للقضايا التي تكون محل جدل؟

نعم لا أحيانا

اشرح إجابتك.....

س 11- هل سبق لك إعادة نشر أو بث مواد صحفية في الجريدة أو القناة التي تشتغل فيها مستقاة من

فايسبوك؟

نعم لا

س 12- هل نشرت مواد صحفية في فايسبوك بعد أن رفضت الجريدة أو القناة التي تشتغل فيها نشرها و

بثها؟

نعم لا

س 13_ هل يوجد توافق بين ما تكتبه في فايسبوك وما تكتبه في الوسيلة الإعلامية التي تشتغل فيها؟

دائما أحيانا أبدا (لا)

- في حالة إجابتك ب: أحيانا أو أبدا ،

أشرح.....

س14- برأيك، ما هي المجالات التي تجسّد أكثر حرية التعبير عبر فايسبوك؟ (يمكن الإجابة على أكثر

من اقتراح)

- السياسية

- الاجتماعية

- الاقتصادية

- الثقافية

- الإعلامية

-الأمنية

- أخرى، اذكرها.....

س15- ما هي المواضيع التي تفضل أن تجدها في فايسبوك؟ (يمكن الإجابة على أكثر من اقتراح)

- مواضيع تنتقد المسؤولين

- مواضيع تدافع عن الحريات وحقوق الإنسان

-مواضيع تتطرق لمشاكل المواطن اليومية

أخرى، اذكرها.....

س16- ما هي العوامل، برأيك، التي تساعد على حرية التعبير في فايسبوك؟ (يمكن الإجابة على أكثر

من اقتراح)

-عدم مراقبة فايسبوك

- توفر الجرأة لدى مستخدمي فايسبوك

- استخدام فايسبوك بهوية مجهولة (مستعارة)

- توفير الإمكانيات المادية كخطوط الإنترنت السريعة التدفق

- أخرى، اذكرها

س17- من خلال تجربتك الصحفية، ما هي الأخلاقيات التي تلتزم بها أكثر في فايسبوك؟
(يمكن الاجابة على أكثر من اقتراح)

- تجنب القذف (أقصد بالقذف ادعاء واقعة تمس بشرف أو اعتبار الأشخاص أو الهيئات)

- تقادي المساس بحقوق التأليف (أقصد بالمساس بحقوق التأليف النسخ دون ذكر المصدر)

- الالتزام بالموضوعية (أقصد بالموضوعية، تقادي الانحياز في نقل الخبر وعدم المبالغة فيه أو تشويهه)

- عدم نشر الإشاعات (أقصد بالإشاعات المعلومات التي ليست لها مصادر)

- عدم التحريض على العنف

- أخرى، اذكرها

المحور الرابع: الرقابة والمضايقات في فايسبوك

س18- هل سبق لإدارة فايسبوك أن حذفت لك مقالا أو تعليقا أو صورة أو فيديو وضعتها في هذا الموقع التواصلي؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك بنعم ، لماذا حذفت؟

.....

س19- هل سبق لصديق أن حذف لك تعليقا أو رسما أو صورة أو فيديو تقاسمته معه؟
ونشرته في حسابه الخاص على فايسبوك؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك "نعم"،

..... لماذا؟

س20- هل تعرضت لمضايقات على ما كتبته أو عرضته على فايسبوك؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك "نعم"، ماهي الجهات التي ضايقتك؟ (ضع علامة (+) في الخانات المناسبة؟

-المؤسسات الإعلامية التي تشتغل بها

-الحكومة

-أحزاب

-جمعيات

-أشخاص مجهولون

-أخرى، اذكرها.....

- ماهي طبيعة المضايقات التي تعرضت لها؟.....

-كيف تعاملت مع هذه المضايقات؟.....

س 21- هل تعتقد أن الحكومة الجزائرية تضايق المستخدمين لفايسبوك؟

أبدا (لا)

أحيانا

دائما

- في حالة إجابتك، ب(دائما أو أحيانا)، اذكر حالات تعرفها عن المضايقات؟

.....

.....

س 22 - كيف ترى مستقبل حرية التعبير في فايسبوك في الجزائر؟

- نحو الأفضل

- نحو الأسوأ

- لا أدري

انتهى

6.1.10. طريقة إعداد الاستمارة :

بعد انجاز الأسئلة، تم توزيع الاستمارة على عدد محدود من المستجوبين، لا يتجاوز 10 مستجوبين ، بهدف اختبار مدى فهمهم واستعابهم للأسئلة، مع الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم فيها، ويتم اللجوء إلى الإستمارة الاختبارية ، بهدف وضع اللمسات الأخيرة على الاستمارة النهائية التي تقدم لأفراد العينة المختارة .

وعدد الأسئلة في الاستمارة النهائية التي وزعت للمستجوبين هو 22 سؤالاً، و تضمنت أسئلة ثانوية، حيث إن أكثر من 9 أسئلة منها تتضمن سؤالين اثنين، واحدا رئيسيا وثانيا فرعيا. وتوجد أسئلة تتضمن سؤالين (2) فرعيين عن سؤال رئيسي. ما يرفع عدد الأسئلة في المجموع، إذا أحصينا فروعها إلى حوالي 30 سؤالاً. كما أن هناك العديد من الأسئلة المفتوحة، التي تتطلب تفكيراً وجهداً من قبل المستجوب، ولذا فضلنا تقليص مجموع عدد الأسئلة في الاستمارة، حتى لا ينفرد المستجوب ويصاب بالملل من مواصلة قراءتها. وكانت الغاية من التقليص ، ملء الاستمارة والإجابة على أسئلتها بتركيز واهتمام كبيرين من قبل المستجوب. وهو ما يساهم في تحقيق الهدف المرجو من الاستمارة .

7.1.10. قراءة في محتويات استمارة الاستبيان :

تضم الاستمارة ، متغيرات و محاور وأسئلة :

متغيرات :

استخدم الباحث أربعة متغيرات هي:

- الجنس.

- السن.

- اللغة.

- المؤسسة المشغلة.

يحدد متغير الجنس في الذكور والإناث. أما متغير عامل السن، فتم تركه مفتوحاً، كل مستجوب يسجل عمره، وهذا حتى يتم تحديد السن بدقة. وتم وضع ثلاث فئات عمرية في عملية التحليل: الفئة الأولى من 24 إلى 35 سنة، الفئة الثانية من 36 إلى 60 سنة، والفئة الثالثة من 61 سنة فما فوق. بينما تم تحديد متغير اللغة من خلال العربية والأمازيغية

والفرنسية. وهي اللغات المستعملة أكثر في وسائل الإعلام الجزائرية. في حين تم تحديد متغير المؤسسة في القطاع العمومي (الحكومي) والقطاع الخاص.

- أسئلة الاستمارة :

- أسئلة : تضم الاستمارة 22 سؤالاً (مرقمة عددياً) وأسئلة أخرى "ثانوية" أدرجت ضمن الأسئلة الرئيسية التي تتطلب توضيحاً أو تفسيراً من قبل المستجوب بواسطة أسئلة مثل: لماذا؟ اشرح إجابتك؟ وغيرها..

- محاوِر الاستمارة :

وزعت الأسئلة على أربعة محاور هي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية (الديمغرافية)

ويتوفر على أربعة متغيرات هي: الجنس، السن، اللغة والمؤسسة.

- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدامات الصحفيين

ويتضمن على أربعة (4) أسئلة تبحث في بدايات استعمال "فايسبوك" لدى المستخدمين، ودرجة استعماله، وكيفية استعماله من حيث المدة، وطبيعة الهوية المستخدمة، والغاية من استعماله لدى الصحفيين المستخدمين.

- المحور الثالث: حرية التعبير في "فايسبوك"

يحتوي على اثني عشر (12) سؤالاً، ويتضح من عدد الأسئلة الذي يحتويه أن هذا المحور هو أساس موضوع الاستمارة. وتتعلق الأسئلة في البحث عن مدى تواجد هامش حرية التعبير من عدمه في الموقع التواصلية "فايسبوك"، ومدى قابلية واستعداد الصحفيين لممارسة حرية التعبير في هذا الفضاء الإلكتروني، وكذا معرفة مدى وجود توافق أو تباعد بين ما يكتبه وينشره الصحفيون في "فايسبوك" وما ينشرونه في مؤسساتهم الإعلامية التي يشتغلون فيها. وهل هناك برأي الصحفيين المستخدمين لفايسبوك مجالات ومواضيع معينة تساعد على ممارسة حرية التعبير أكثر من غيرها؟ وهل ينبغي الالتزام بأخلاقيات معينة في ممارسة حرية التعبير في الشبكة الاجتماعية، أم إن هذا الفضاء لا يلزم مستخدميه بأية مستلزمات أخلاقية؟

- المحور الرابع: الرقابة والمضايقات في فايسبوك

يضم المحور الرابع والأخير خمسة (5) أسئلة، وهو لا يقل أهمية عن المحور الذي جاء قبله (المحور الثالث)، حيث احتوى كل سؤال رئيسي منه على فرعين إلى ثلاثة فروع، حتى يوضح ويفسر المستجوب إجاباته. وكانت الأسئلة حول من يمارس الرقابة على فايسبوك: إدارة هذا الموقع، أو الأصدقاء المستخدمون لهذا الموقع، أو السلطات الحكومية، أو الأحزاب، أو الإدارات، أو منظمات المجتمع المدني، أو هيئات وأشخاص مجهولون؟

خلاصة :

أجريت عملية سبر الرأي على عينة من الصحفيين الجزائريين في مختلف وسائل الإعلام ، المكتوبة والسمعية البصرية ، وتم رصد ممارسة حرية التعبير لدى هؤلاء الصحفيين من خلال استخدمهم لموقع التواصل "فايسبوك". وقد بينت العملية بعض مؤشرات هذا الاستخدام في عدة عناصر تتمثل في: استعمال الهويات الحقيقية، والتعبير عن الرأي والمواقف، وكذا مدى المضايقات والرقابة التي يتعرض لها الصحفيون جراء منشوراتهم.

وقد كشفت النتائج الميدانية للدراسة وجود فروق بين الصحفيين الذكور والإناث؛ فالذكور أكثر ممارسة للحرية من الإناث نظرا لطبيعة المجتمع المحافظة. كما أن صحفيي القطاع الخاص هم أكثر جرأة في ممارسة حرية التعبير من صحفيي القطاع العام نظرا للخط الافتتاحي. وأبرزت النتائج أيضا أن الصحفيين الذين يشتغلون بالأمازيغية ثم بالعربية، هم أكثر ممارسة لحرية التعبير. كما أوضحت النتائج كذلك أن الصحفيين الشباب هم أكثر ممارسة لحرية التعبير من الصحفيين الكهول، ويرجع هذا بسبب الحماس والتطلع نحو الأفضل الذي غالبا ما يميز هذه الفئة.

وتكتسي الدراسة أهميتها من حيث إنها:

- تطرقت إلى موضوع حرية التعبير، الذي هو أحد أهم الإشكالات المطروحة في العصر الحالي، حتى أصبح تطبيق النظام الديمقراطي في المجتمعات والدول يقاس بمدى توفر هذه الحرية وتكريسها في الواقع؛

- تناولت أهم مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في العالم، وهو "فايسبوك" الذي أصبح وسيلة للرأي الآخر والرقابة الشعبية والمشاركة السياسية؛

- شملت فئة نخبوية في المجتمع الجزائري، هي فئة الصحفيين الذين يقدمون الأخبار ويحللون الأحداث والوقائع ويعلقون عليها، فيؤثرون على الرأي العام الوطني وحتى الرأي العام الدولي؛

- بينت الدراسة تأكيد أفراد العينة في أغلبيتهم على فعالية فايسبوك في حرية التعبير. رغم أنه لا ينال اهتمامهم في هذا المجال، سوى بدرجة أقل من الاتصال والتواصل مع الآخرين، والاطلاع على الأخبار والمعلومات؛

- منحت الدراسة الفرصة لمعرفة بعض المعطيات والمؤشرات التي تتحكم وتؤثر في ممارسة الصحفيين الجزائريين لحرية التعبير في فايسبوك، ومنها: استعمال الهويات المجهولة الذي يساعد حرية التعبير، خاصة لدى الصحفيين الذين يشتغلون في القطاع العام (الحكومي) ولدى الصحفيات الإناث، إضافة إلى عدم خضوع الموقع للرقابة، وكذا جرأة الصحفيين المدونين. وأبرزت الدراسة أنه:

- من مظاهر حرية التعبير في الجزائر، أنه لا يوجد توافق بين ما يكتبه الصحفيون في هذا الموقع وما يكتبونه في الوسائل الإعلامية التقليدية التي يشتغلون فيها. وكذا التطرق إلى القضايا محل جدل في الموقع. كما يعد أيضا نشر مواد صحفية ترفض وسائل الإعلام التقليدية نشرها، مظهرا من مظاهر حرية التعبير، حيث إنه يعبر عن الجرأة والمغامرة لدى الصحفيين الذين يقومون بهذا الفعل، والذي قد يعرضهم لفقدان منصب عملهم. كما أن تناول القضايا التي تتعلق بالمجال السياسي والكتابة عنها يعد مظهرا من مظاهر هذه الحرية، التي من مظاهرها أيضا انتقاد الحكومة. فالصحفيون الجزائريون ينتقدون حكومة بلادهم بكتابة آراء وتعليق معارضة لها في فايسبوك .

ومن الأشياء التي تضيفها الدراسة الميدانية بخصوص الرقابة هي أن:

-إدارة فايسبوك تمارس الرقابة عن طريق حذف منشورات الصحفيين، وتغلق

بروفيلاتهم وصفحاتهم؛

-أصدقاء الصحفيين في المجموعات التي ينتمون إليها يمارسون رقابة حذف على منشوراتهم في حالة تقاسمها معهم؛

- الرقابة ليست حكرا على الحكومة وحدها، بل إن المؤسسات الإعلامية المشغلة للصحفيين تشكل أهم الجهات التي تضايقهم، ثم يليها الأفراد. وتبقى ممارسة الرقابة من قبل الحكومة الجزائرية على المدونين في الموقع تتجسد في بعض الحالات التي ترصدها وسائل الإعلام كما توضحه الإحصاءات التي تحصلنا عليها. وقد تصل إلى حد حبس بعض المدونين.

ورغم هذا يؤكد الصحفيون الجزائريون أن مستوى هامش هذه الحرية في موقع "فايسبوك" عال. وتطغى النظرة التفاوضية حول مستقبله. فعدد مستخدميه يتزايد، ومضمونه يزجج بسبب الآراء والمواقف والانتقادات التي يحملها.

2.10. أداة الملاحظة :

- تستعمل في المسح ، وهي من الأدوات الكيفية وتقوم على ملاحظة أنماط السلوك للأفراد والجماعات والأحداث وتدوينها المعطيات والاراء والمواقف بشكل مقنن للحصول على المعلومات حول ظاهرة معينة. ومن أنواع الملاحظة :
- الملاحظة البسيطة التي تستخدم أدوات بسيطة ومباشرة ، ويكثر استخدامها في البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية .
- الملاحظة العلمية التي تعتمد على منهجية المقارنة بين الموقف السلوكي الفردي مع الأفراد الآخرين ،
- الملاحظة المشاركة ، ويكون فيها الباحث عضو مشارك .
- الملاحظة المنظمة ، مضبوطة تستخدم تقنيات عالية كأجهزة الكمبيوتر والتصوير والتسجيلات الصوتية
- الملاحظة الجماعية تعتمد على مجموعة ملاحظين يدونون كل واحد سلوك معين .
- الملاحظة المنهجية، يتم فيها عزل متغير معين عن المتغيرات الأخرى ، وصولا إلى فرض معين من الفرضيات المطروحة .

3.10. أداة المقابلة :

هي نوعان هما : النوع الأول هو المقابلة الشخصية ومنها الفردية والجماعية والمقننة محددة الأسئلة ، وغير المقننة ، دون إعداد مسبق للأسئلة . و النوع الثاني هو بالمقابلة بالهاتف.

أ- المقابلة الشخصية : يقصد بها التحدث والاتصال والتبادل اللفظي بين القائمين بالمقابلات والأشخاص المستجوبين ، المراد قياس واستطلاع آرائهم. وهي عملية تتطلب وقتاً و " في المقابلة تكون كمية المعلومات التي ستقوم بجمعها كبيرة ودقيقة إلى حد ما".⁴⁷ و يمكن الاعتماد على المقابلة إذا كان حجم العينة صغير ، وينصح بتطبيقها مع الأطفال وكبار السن، ومع الأميين، حتى إن كانت الأداة عبارة عن استمارة استبيان (استبانة). وتستعمل المقابلة بشكل كبير في البحوث والقياسات النفسية والانفعالية ، حيث يتم اللجوء في هذا السياق إلى المقابلة في أغلب الاستبيانات النفسية وذات الطابع السوسولوجي. وتتطلب المقابلة وقتاً طويلاً وتكلفة كبيرة ، كما تتطلب نوعاً خاصاً من التدريب للقائمين على العملية، والذين ينبغي أن يتحلوا بالصبر وسعة الصدر ..

ب- المقابلة بالهاتف: تكون باتصال المحقق أو القائم بالقياس بالأفراد عن طريق الهاتف والتحدث معهم في الموضوع المراد قياسه. وهي تتميز بالتكلفة القليلة، وقلة الوقت، وسرعة الحصول على المعلومات ، وتستعمل في مناطق جغرافية واسعة. ومن مساوئها أنه لا يمكن تحديد هوية الذي يوجد وراء الهاتف بدقة.

4.10. أداة تحليل المضمون (المحتوى) :

يتم من خلاله، تحليل المحتوى في الإعلام والصحافة لما تبث وتصدره وسائل الإعلام من برامج وحصص ومقابلات ومقالات وتقارير، لمعرفة مدلولاتها وتوجهاتها وتحتاج هذه العمليات لوقت وجهد ..

⁴⁷ - محمد بلال الزعبي وعباس الطلافحة النظام الإحصائي SPSS .. فهم وتحليل البيانات الإحصائية ، دار وائل للنشر ، الأردن 2000، ص 9

ويتم تحليل المضمون أو تحليل المحتوى بطرق منهجية ينبغي إتباعها من خلال تفكيك النصوص والمحتويات إلى وحدات ، إما كلمات أو الموضوع أو الفكرة وحدة الشخصية ، وحدة مقياس الزمن أو المساحة. وكذا إلى فئات تحليل تخص الشكل وفئات أخرى تخص المضمون، للإجابة على السؤالين : كيف قيل (الشكل) ، ولماذا قيل (الموضوع) ؟ بهدف تفسير مدلولاتها ومعانيها الشكلية واللفظية والمسموعة والمرئية.

يعتبر تحليل المضمون منهجا قائما بذاته لدى البعض ويتم تعريفه بأنه " أحد مناهج البحث الاجتماعي الذي يركز على إجراء وصف منظم وموضوعي لبعض مجالات الاتصال مثل تحليل مضمون الصحافة والوثائق والنصوص القانونية .. إلخ ويتميز كونه يعتمد على بيانات هي عبارة عن المعاني والرموز والأفكار التي يتألف منها مضمون الاتصال بوجه عام ، كما يعتمد إجراءات تتبع خطة منظمة واضحة لمعالجة مضمون المادة المحللة وتصنيفها والتعبير عنها تبعا لأغراض البحث وأهدافه ".⁴⁸

و تحليل المضمون حسب تعريف آخر هو أنه " يمكن تجميع استعمالاته المتنوعة في شكل أسئلة، تسمح بدراسة "من يتكلم" ؟ أو دراسة المرسل ، ليقول "ماذا ؟" ، " كيف ؟ " ، " لمن ؟" أو دراسة المتلقي " بأي نتيجة؟ "مثلا: أثر الإشهار، الدعاية أو بريد القراء في الصحافة المكتوبة وفي " أي سياق؟ " (ظروف الإنتاج) ".⁴⁹

ويعرف " برلسون " تحليل المضمون على أنه " تقنية بحث للوصف الموضوعي، المنظم والكمي لمضمون واضح للرسائل، هدفه التفسير". وحسب " شارون " فإن القيام بتحليل المضمون يتبع إجراءات منهجية تتمثل في اختيار الوثائق، صياغة الفرضيات، تجزئة النص إلى وحدات تحليل (واختيار المقولات) ، تكميم المواضيع ووصف النتائج ".⁵⁰

وقد نشب جدل بين مفكرين حول طبيعة تحليل المضمون هل هو منهجا قائما بذاته أو مجرد أداة بحث، فالبعض يرى عكس الرؤية الأولى التي سبق ذكرها ، بأن تحليل

⁴⁸ - موريس انجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون وآخرون : " منهجية البحث

العلمي في العلوم الإنسانية "، دار القصبه للنشر ، الجزائر 2006 ، ص: 218 .

⁴⁹ - أحمد بن مرسلني : م س ذ ، ص: 249 .

⁵⁰ - خالد حامد : منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية ، جسور للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2008 ، ص 62.

المضمون هو أداة بحث وتقنية⁵¹ تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة مسموعة أو سمعية بصرية تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم، والتي يعرض محتواها بشكل غير رقمي، إنها تسمح بالقيام بسحب كمي أو كيفي (..) وهو الأداة الأكثر استعمالا في دراسة الثقافات الأجنبية ووسائل الإعلام بصفة عامة (الآداب، الكتب المدرسية، المسلسلات التلفزيونية، حصص لأطفال، رسائل إخبارية، القصص والأغاني) بدراسة الشخصية، الإيديولوجيات وأشكال أخرى للتصورات لدى الأفراد والتنظيمات".⁵²

وهناك تعريفاً آخرًا يقترب من التعريف السابق حيث يعتبر " أن أداة تحليل المضمون هي وسيلة بحث غير مباشرة تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة والأشرطة الصوتية والأفلام المصورة ، بغض النظر عن الزمن الذي تنتمي إليه ، وهي ذات استخدام واسع من طرف الباحثين في العلم التي تدرس نشاط الإنسان وحركة الإعلام والاتصال، وما تنتجه من مضامين متنوعة، وما تمارسه من تأثيرات مختلفة على جماهيرها، مثل علوم الإعلام والاتصال ".

ومهما كان، سواء أكان منهاجا أو أداة بحث، فإن تحليل المضمون أو تحليل المحتوى، هو وسيلة ضرورية لمعرفة ما طبيعة يقال وما كتب، وكيف يتم القول والكتابة، ولماذا يتم ذلك ، ولأي غاية وأي هدف. ويعتبر تحليل المضمون أو تحليل المحتوى، حلقة أولى من سلسلة التحليلات التي تستهدف المحتوى، فهناك تحليل الخطاب والتحليل السميولوجي ..

ويعتقد أنه لا توجد طريقة واحدة محددة لتحليل المضمون ، بل هناك عدة طرق ونماذج أو مقاربات يطبق كل واحد منها حسب أهداف البحث واحتياجاته ، فتحليل المادة المطبوعة لا تشكل خيارات كثيرة، أما تحليل المادة السمعية البصرية فتتطلب أمورا كثيرة ومتعددة ، وعلى الباحث أن يختار فيما يأخذ وفيما يترك. من ديكور الاستديو والألوان المستعملة إلى لباس وطريقة كلام وإشارات المقدم، ثم محتوى الكلام والمؤثرات الصوتية.⁵³

50 - موريس انجرس ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون وآخرون : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية " ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2006 ، ص 218 .

52 - أحمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص 250 .

53 - أحمد عظيمي، "دعاية الكراهية"، منشورات الشروق للإعلام والنشر، الطبعة الأولى، مطبعة العباقرة للإعلام والنشر

والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2010، ص: 81 .

1.4.10 . مثال عن تحليل المضمون:

اعتمدنا(الباحث) على هذه الطريقة، في استعمالنا لتحليل المضمون في رسالة الماجستير المعنونة ب "حرية التعبير الإعلامي في المدونات السياسية الجزائرية في الانتخابات الرئاسية لسنة 2009"، تحليل مضمون النصوص المكتوبة في المدونات، دون تحليل المضمون في السمي البصري في المدونات. وتهدف الدراسة معرفة حدود حرية الإعلام في عينة من المدونات السياسية خلال الانتخابات الرئاسية سنة 2009.

جدول رقم (3) المدونات السياسية المعتمدة في الدراسة

العدد	إسم المدونة	صاحبها	عنوانها	الموقع	عدد الزوار
1	بلادي تلمسان	عبد السلام بارودي	http://bilad.maktoobblog.com.13	مكتوب	222350
2	المدونة	الخير شوار	http://wwwchouar.elaphblog.com	إيلاف	110572
3	مدونة الطيب سالت	محمد الطيب سالت	/http://selt.maktoobblog.com	مكتوب	53815
4	مدونة دفاتر الرأي	يحي أوهيبة	http://youhiba.com	خاص	-
5	مدونة قادة	قادة زاوي	http://7olme.wordpress.com/	ورود بريس	غير مسجل
6	مدونة مصطفى سايج	مصطفى سايج	http://mustaphasaidj.maktoobblog.com	مكتوب	96285
7	المغامرة الصادقة	حاج سليمان	/http://hadji74.maktoobblog.com	مكتوب	489457
8	داخل المجال	عمار بن طبال (كريم الجزائري)	http://tassust18.maktoobblog.com	مكتوب	أكثر من 40000

30358	مكتوب	http://khababa.maktoobblog.com	نورالدين خبابة من فرنسا	مدونة نورالدين خبابة	9
غير مسجل	بلوغ سبوت	http://hariti.blogspot.com	عبد العزیز حریتی	مدونة وريث نحناح	10
534,200	وورد بريس	http://slimaneboussouf.wordpress.com	سليمان بوصوفة	مدونة سلمان نيوز	11
غير مسجل	بلوغ سبوت	http://el-abbassi.blogspot.com	يحي عباسي	مدونة قلم النار	12
61835	مكتوب	http://kerouka.maktoobblog.com	كمال قرور	أفكار ضد الرصاص	13
غير مسجل	بلوغ سبوت	http://faridamine.blogspot.com	فريد أمين	مدونة كتابات جزائري حتى النخاع	14
غير مسجل	خاص	/ http://www.doroob.com	قادري بوبكري	مدونة دروب	15

وقد خضعت 15 مدونة للتحليل، وتم اعتماد التدوينات أو الإدراجات التي تطرقت إلى الانتخابات الرئاسية لأفريل 2009 فقط كمادة للتحليل، وكان عدد هذه الإدراجات يتراوح بين إدراج واحد ثلاثون إدراجا كحد أقصى.⁵⁴

5.10. أداة البريد الإلكتروني : Email

عوضت أداة البريد الإلكتروني، البريد العادي الذي كان يستخدم في عمليات استطلاعات الرأي العام، عن طريق الرسائل البريدية التي كانت توزع بواسطة موزع في صناديق بريد السكان ، وقد بدأت بها الاستطلاعات الأولى للرأي في الأربعينات من القرن الماضي .
وحاليا ، يعتبر البريد الإلكتروني، من أهم وأسرع الأدوات التي تستخدم في استطلاعات الرأي العام بواسطة ارسال استمارات استبيان عبر ايميلات الجمهور من خلال شبكة الأنترنت .

6.10. الأنترنت :

يستخدم الأنترنت من خلال الجرائد الإلكترونية والمواقع المتعددة ، بشكل واضح في عمليات سبر واستطلاعات الرأي ، كونه يتميز بالسرعة في التواصل مع الأشخاص ، وفي جمع المعلومات، وحتى تفرغها ، والمرونة في الوصول إلى الجماهير وكذا في نقص تكلفة عمليات الاستطلاعات . ويسود الجدل بخصوص مدى مصداقية مثل العمليات ، كون الجمهور هو غالب الأحيان غير معروف الهوية .

⁵⁴ - عبد الكريم تفرقينت ، المدونات السياسية في الجزائر ، مذكرة ماجستير ، كلية علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2011-2012

11. تقنيات أو أجهزة قياس الرأي العام (الجمهور) :

قبل أدوات قياس الرأي العام الحديثة ، كانت وسائل أخرى تهتم بمعرفة الرأي العام من بينها رسائل بريد القراء التي كانت تنشرها الجرائد والصحف، فبعض الجرائد كانت تخصص صفحات خاصة للقراء حتى يكتبوا وي طرحوا انشغالاتهم ومشاكلهم على صفحاتها كل أسبوع مرة أو مرتين . كما كانت أيضا رسائل المستمعين والمشاهدين ، تصل قاعات التحرير في الإذاعات والتلفزيونات، لتتقل ردود فعل المستمعين والمشاهدين المتابعين لها. وهو ما كان معمولا في الإعلام الجزائري، حيث كان يتم تخصيص صحفيين يشرفون على هذه الصفحات ويتابعون ردود فعل الجمهور. وذلك في فترة منتصف التسعينيات وبداية الألفية الجديدة، ثم تم التخلي عنها، بعدما ظهر الانترنت. وفي الصحافة الدولية كان يتم تخصيص صحفي له تجربة مهنية ، توكل له مهمة " الوسيط " وهي المهمة التي تربط العلاقة بين الوسيلة الإعلامية وجمهورها ، وتم تكليفه باهتمامات وانشغالات الرأي العام. وقد اعتمدت هذا جريدة " لوموند " Le monde الفرنسية .

وأدوات القياس هي الأدوات والأجهزة والأساليب التي يمكن بواسطتها قياس الرأي العام (الجمهور) وقد تم استعمالها لمعرفة جمهور وسائل الإعلام، والرغبات الاستهلاكية للزبائن في بداية ظهورها ثم توسعت بعد ذلك لأغراض أخرى.

و من بين الأجهزة الآلية التي استعملت للقياس، كان الهاتف، الذي استخدم لقياس الرأي العام وجمهور وسائل الإعلام ، فمثلا في السبعينيات من القرن العشرين ، كانت السويد البلد الذي ينتشر فيه الهاتف بكثافة ، فحوالي 90 بالمائة من السويديين كانوا يمتلكون هاتف عام 1970 ، وبهذا اعتمد التلفزيون السويدي على شبكة الهاتف لقياس رأي جمهوره ، حيث كان يتم استجواب حوالي 60 ألف مواطن من جمهور التلفزيون سنويا.

1.11 Audimetre - مقياس المتابعة :

آلة تثبت على جهاز التلفزيون لتسجيل الساعات المحددة لتشغيله، ورقم القناة المختارة ، ويمكن لهذه الآلة أن ترتبط مباشرة بالمؤسسة المكلفة بانجاز عملية سبر الرأي، وهو ما كانت تنتهجه مؤسستين ، واحدة أمريكية والثانية انجليزية، الأمريكية هي مؤسسة Instantaneous Audimeter Record of Nielsen ، والانجليزية هي مؤسسة Instam . وفي المناسبات الخاصة مثل الانتخابات كان الجهاز يثبت على طائرة تقوم بالتحليق في سماء المنطقة المعنية بعملية سبر الرأي ، لتلتقط الذبذبات من الأجهزة التي يتم تثبيتها في المنازل .

واستخدمت الولايات المتحدة الأمريكية هذا النوع من أدوات القياس في السنوات الأولى لظهور التلفزيون في الخمسينيات من القرن العشرين، لمعرفة مدى انسجام Les Spots الومضات الاشهارية مع البرامج الأخرى، كالحصص وغيرها .. وذلك لمعرفة مدى ارتفاع او انخفاض نسب المشاهدة والاستماع .. وهذا النوع من الأدوات، مكلف من الناحية المالية ، ويفيد بالقياس الكمي الإحصائي، دون المضمون .

2.11 Grille de programmes - دفتر الاستماع : Carnets D écoute

حل دفتر الاستماع محل مقياس المتابعة ، وهو الطريقة الأكثر استعمالا في الإذاعات والتلفزيونات ، ودفتر الاستماع هو الأداة ، التي تم تعميمها بعد ذلك . وقد مكنت هذه الأداة أي دفتر الاستماع ، الأفراد المستجوبين من التسجيل اليومي، لأرائهم الشخصية، وانطباعاتهم حول البرامج التي تعرض على التلفزيونات ، وتبث في الإذاعات حتى يتم معرفة مدى استجابة أو عدم استجابة الأفراد المستجوبين للبرامج التلفزيونية والإذاعية، ومدى ارتياحهم أو عدم ارتياحهم لها. ويتم إرسال دفتر الاستماع ، أول كل أسبوع ، إلى كل فرد من أفراد العينة المستجوبة، عن طريق البريد أو أحد الأعوان .

يتضمن دفتر الاستماع ، استمارة تشمل أسئلة حول الشبكة البرمجية للقناة المعنية بعملية سبر الرأي. إضافة إلي طريقة المراسلة ، كانت تستعمل طريقة الهاتف، التي استخدمها التلفزيون السويدي . أما التلفزيون البريطاني " بي بي سي " والتلفزيون الايطالي " راي "

فكانا يستعملان طريقة المقابلات الشخصية في المنازل، وهي الطريقة التي كانت شائعة كثيرا في سنوات الستينيات والسبعينيات وحتى الثمانينيات ..

3.11. المقابلة المنزلية : هي الطريقة والأداة التي استعملت سابقا، ومازالت تستعمل في قياس الجمهور و الرأي العام حتى الآن، خاصة عندما يراد قياس الانفعالات ، والأحاسيس في البحوث والدراسات النفسية والسيوسولوجية. وتتطلب المقابلة المنزلية الانتقال إلى منازل الأشخاص المستجوبين من أفراد العينة .

وتتقسم المقابلة المنزلية حسب " فرانسيس بال " (عالم اجتماع فرنسي متخصص في الإعلام والاتصال، درس في مدرسة الصحافة في الجزائر من 1965 الى 1967) إلى ثلاثة أنواع : Francic Ball

أ - المقابلة الآنية أو التحقيق المتزامن : يتم فيها استجواب الفرد المعني في اللحظة نفسها التي يتابع فيها البرنامج ، لتحديد سلوكه الآني، لمعرفة رأيه في القناة المختارة في التلفزيون، ورأيه في البرنامج الذي يتابعه. وتبقى هذه الأداة مهمة، لكن لا يمكن إجراؤها على عينة كبيرة .

ب - المقابلة الخاصة بمتابعة برامج سابقة : هذا النوع من المقابلة لا تكون آنية ، بل يتم إجرائها بعد 24 ساعة من تاريخ بث البرنامج ، وتجرى على عينة أكبر من العينة التي تجرى عليها المقابلة المتزامنة أو الآنية . وقد اعتمد استخدام هذه الطريقة كل من التلفزيون البريطاني " بي بي سي " حيث كان يقوم 220 محقق يوميا باستجواب الأشخاص الذين كان لديهم دفاتر الاستماع . والتلفزيون الايطالي "راي" الذي كان يقوم 150 محقق يوميا باستجواب الأشخاص الذين تسلم لهم دفاتر الاستماع

ج - تحقيق الرأي : تأخذ تحقيقات الرأي عدة أشكال، تتخذ في غالب الأحيان من المقابلة المنزلية شكلا لها حيث تنجز أثناءها، كما تتخذها المؤسسات الإعلامية أداة لاستطلاع آراء القراء والمستمعين والمشاهدين حول مضامينها .. وتحقيق الرأي هو أداة ملاحظة سوسولوجية تقليدية ، تمكن وتسمح من معرفة الأسباب والدوافع التي تؤدي بالمستمع أو المشاهد إلى الاستجابة الايجابية أو السلبية لها برفض حصة أو برنامج معين.⁵⁵

⁵⁵ - محمود ابراقن ، تقنيات قياس الرأي العام .. الأسس العلمية والأدوات المعتمدة ، محاضرات في معهد علوم الاعلام والاتصال .

4.11. التحقيق الطولاني: Panal (العينة الواحدة):

يقصد به هو اختيار عينة قارة ودائمة من الأفراد يبدون آرائهم بصفة منتظمة حول مسألة أو قضية معينة قد تكون لفترة زمنية قصيرة ، وهي أداة تسمح بالمتابعة لفترة زمنية طويلة لأفراد العينة للاستكشاف التي تطراً عليهم ، مثل تغيير السلوك أو تغيير المواقف أو غيرها..⁵⁶ وفي هذه النوع لا يلجأ المحقق إلى تغيير أفراد العينة ، ويتم في التحقيق الطولاني اختيار العينة ، بكل دقة ، سواء من ناحية المناطق الجغرافية المختارة ، أو من ناحية المستويات التعليمية والاجتماعية ، وكذا من ناحية الفئات العمرية وغيرها .. وتستعمل هذه الأداة ، بصفة خاصة في مجالات الإشهار والإعلانات التجارية، وفي العمليات الانتخابية.

وفي العينة الواحدة الدائمة يتم تحفيز أفراد حتى لا يشعرون بالملل أو الاستنزاف، فيتم الاهتمام بهم من الناحية المعنوية و المادية ، حيث تتم استضافة أفراد العينة في حفلات الاستقبال للدعاية التجارية أو الانتخابية ، كما تمنح لهم هدايا أو ظروف مالية ..

5.11. المناقشة داخل المجموعة :

تتمثل هذه الأداة في إشراك عدد من الأفراد (من 10 إلى 15 شخصا) في مناقشة مسألة أو قضية ، وهو ما يمكن أن يظهر تباين مواقف هؤلاء الأشخاص وسلوكياتهم . ويبرز أيضا بروز وتبلور الرأي الفردي . وهذا النوع نادر الاستعمال في كثير من الدول.

6.11. سبر الرأي الإلكتروني : تستعمل فيه الانترنت وهو الأداة والوسيلة الأكثر نجاعة في الوقت الحالي والأقل تكلفة من الوسائل الأخرى ، وتتم عملية سبر الرأي الإلكتروني عن طريق محركات البحث مثل " غوغل " وكذا عن طريق البريد الإلكتروني ، كما يتم كذلك بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي مثل " فايسبوك " وغيره من المواقع .. ويتم أيضا سبر

⁵⁶ - المرجع نفسه .

الرأي وعمليات الاستطلاعات، ومن خلال الهواتف الذكية عبر تطبيقات من بينها " أم أم س
MMS "

الفصل الثالث :

العينات في قياس الرأي العام

1. تعريف العينة:

تستعمل العينات في بحوث الإعلام والاتصال ، ولا يمكن الاستغناء عنها في البحوث المسحية، مثل عمليات سبر الآراء ، لقياس آراء وتوجهات الرأي العام وجمهور وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية والمرئية ، وكذا في عمليات تحليل مضامين الإعلامية التي تصدر وتبث في وسائل الإعلام. المواد

يتم تعريف العينة وفقا لموريس أنجرس كونها: " مجموعة فرعية من عناصر البحث مجتمع بحث معين والمعينة لمجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تموين عينة".⁵⁷

كما تعرف العينة بأنها "مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة. فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدنا أو غير ذلك".⁵⁸

وتختلف طريقة العمل بالعينة عن طريقة العمل بالمسح الاجتماعي الذي يكون شاملا لكل مجتمع البحث ولا يكتفي بجزء منه فقط كما هو الحال في العينة التي تكون كبديل عن مجتمع البحث يأخذ طابعا مصغرا". فأسلوب العينة يستخدم عندما لا يمكن للباحث القيام بأسلوب المسح الاجتماعي، أي عند استحالة دراسة جميع أفراد المجتمع نظرف من الظروف".⁵⁹

وبعد دراسة مجتمع البحث والاطلاع على مكوناته ، وتحديد الفترة الزمنية المحددة للدراسة من قبل الباحث، يتم الانتقال إلى اختيار نوع العينة، التي يرى الباحث أنها تقوم بتحقيق الأهداف التي وضعها وحددها لدراسته. ويمكن له الاختيار عبر مجموعتين للعينات، إما

⁵⁷ - موريس أنجرس : مرجع سبق ذكره ، ص 1

⁵⁸ - رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2008 ، ص 267

⁵⁹ - المرجع نفسه ، ص 267

عشوائية أو غير عشوائية حسب طبيعة البحث والغاية المرجوة منه. ويتم ذلك من خلال تصنيفات وأنواع العينات الآتية :

2. تصنيف العينات:

تصنف العينات إلى صنفين أو مجموعتين :

الصنف الأول: العينات العشوائية (الاحتمالية)، وهي التي لا يتم فيها تدخل الباحث، حيث تتمحي إرادته في اختيار أفراد عينة بحثه. وهذا الصنف تعطي فيه فرصة الظهور لكل فرد من المجتمع الأصلي. وتتمثل أنواع العينات العشوائية في: العينة البسيطة، العينة الطبقية، والعينة العنقودية أو متعددة المراحل.

الصنف الثاني: العينات غير العشوائية (غير الاحتمالية)، وهنا تظهر بصمات الباحث في اختيار العينة التي تتناسب مع الأهداف والغايات التي وضعها في بحثه . وقد يصعب عليه التوجه نحو اختيار العينات العشوائية ، لذا يفسح المجال لاستخدام العينات غير العشوائية ، ويمكنه اللجوء لاختيار أحد أنواعها ، ومنها : العينة العمدية، العينة الغرضية أو القصدية، العينة الحصية أو الحصصية ، عينة الصدفة ، وعينة كرة الثلج.

1.2.1. الصنف الأول : العينات العشوائية (الاحتمالية)

نذكر في هذا الصنف العينات الآتية :

1.1.2. العينة العشوائية البسيطة : في هذا النوع ينبغي توفر شرطين لدى الباحث، يتمثلان

في معرفة مجتمع البحث أولاً ، وتجانس أفراد هذا المجتمع فيما بعضهم ثانياً .

ويتم اختيار هذا النوع من العينات من قبل الباحث بإحدى طرق الآتية :

-إما بطريقة القرعة أو السحب اليدوي بعد ترقيم مجتمع البحث، وأخذ الأرقام التي تجسد أفراد العينة حسب العدد المناسب، الذي يريده الباحث.

-أو بطريقة الجداول، حيث يضع الباحث جداول توضع فيها أرقام عشوائية، ثم يأخذ منها سلسلة أرقام ، سواء بصفة أفقية أو عمودية.

-أو بطريقة السحب بالأعلام الآلي، حيث يتم وضع أرقام مجتمع البحث على الكمبيوتر، وبرمجته بالتوقف كل فترة زمنية معينة، والرقم الذي توقف عنده، يتم أخذه ضمن العينة، حتى يكتمل العدد المناسب.

- كما يمكنه استعمال طريقة السحب المنتظم، وذلك بوضع مسافة عددية معينة موحدة بين كل عدد، وخلال المرور عبر أرقام مجتمع البحث، يتم أخذ مثلا 1 الأعداد 1 - 6 - 11 وهكذا.. إذا كانت المسافة العددية هي 5.

2.1.2 العينة العشوائية المنتظمة: يتم استعمال هذا النوع من العينات، في حالة تجانس أفراد مجتمع البحث، حيث يتم اختيار أي فرد من المجتمع ، كونه يفي بالغرض المطلوب. وهذا النوع هو من أكثر أنواع العينات استعمالا في بحوث علوم الإعلام والاتصال عندنا - في الجزائر - وذلك للسهولة النسبية التي يتم بها استخراج وحداتها (أفرادها).⁶⁰ والعينة العشوائية المنتظمة تشبه العينة العشوائية البسيطة في استعمال الأعداد العشوائية وفي مسافة العددية الموحدة، التي تتيح الاختيار العشوائي لأفراد عينة البحث من مجتمع البحث.

وكمثال عن كيفية العمل بهذه العينة، نوضح أنه، بعدما نحدد حجم العينة المناسبة في أول الأمر، يكون لدينا قائمة بمفردات مجتمع البحث، التي يتم ترقيمها، حتى نتمكن من سحب العشوائي المنتظم من خلالها. ونشرع في العملية، بالقيام بتحديد مسافة عددية ، بعد أن نختار عددا عشوائيا، نبدأ من خلاله العد، ننتقل إلى اختيار أفراد العينة، بواسطة رقم المسافة العددية، وهي 10. وقد قمنا باختيار هذا العدد (المسافة) وفق هذا الأسلوب: مجتمع البحث هو 3000 طالب، حجم العينة هو 300 طالب، لتحديد مسافة الاختيار، نقسم 3000 على 300 والنتيجة هي 10.

نختار عشوائيا رقم 3، كبداية للعد، وبالتالي العدد الذي يليه هو رقم 13 ، أي أننا ننتقل من 3 إلى 13 ، بمسافة 10، و ننتقل كل مرة ب 10 أرقام، 3-13-23-33-43-53-63-73-83-93 وهكذا ، حتى نكمل العينة المناسبة لنا ونصل إلى 300 - حسب هذا المثال -.⁶¹

3.1.2 العينة الطبقيّة: يستخدم هذا النوع ، عندما يكون أفراد مجتمع البحث غير متطابقين، فاستعمال هذا النوع له فائده في حالة مجتمع البحث المتباين، وغير المتجانس،

⁶⁰ - يوسف تمار ، تحليل المضمون للباحثين والطلبة الجامعيين ، طاكسيم كوم - الجزائر ، 2007 ، ص : 18 .

⁶¹ - رشيدة سبتي ، منهجية البحث العلمي في العلوم العلو الانسانية والاجتماعية ، دار التنوير - الجزائر ، 2014، ص 72 .

ويتم في هذه العينة، تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات أو فئات أو أقسام ، حسب معيار محدد، ويتوفر فيها بعض الخصائص المشتركة بينها .

ويتم من خلال كل طبقة أو فئة أو قسم، اختيار مفردات منها.. مثلا في بحوث علوم الإعلام والاتصال، يتم تقسيم العينة إلى صحافة مكتوبة، إذاعة، وتلفزيون، وصحافة الكترونية.

ويشترط في العينة الطبقية، أن يكون حجم العينة الذي يتم اختياره وأخذه من كل طبقة، أو قسم أو فئة متساويا، حتى تكون العينة الطبقية متوازنة، وهذا يساهم في تمكين الباحث من ضبط النتائج التي تفرزها الدراسة، وفق عامل التوازن والتساوي.

4.1.2 العينة العنقودية: يلجأ الباحث إلى استعمال هذا النوع من العينات عندما يتعامل مع مجتمع بحث لا تجمعها ولا تميزه صفات متجانسة. وفي هذا النوع من العينات، يتم تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات أو فئات معينة ، أو أقسام وفق معيار محدد.

وتتشارك العينة العنقودية مع العينة الطبقية في كونها يستخدمان في مجتمع بحث غير متجانس وغير متطابق، مجتمع البحث الذي يتباين أفرادها، ولا توجد بينهم نقاط مشتركة بالحجم الذي يمكن من استخدام نوع من أنواع العينات الأخرى. كما تتشارك العينتان في كونهما تستعملان طبقات أو فئات أو أقسام، في عملية تقسيم مجتمع البحث ، لكن الفرق في هذا المجال، هو أن التقسيم الطبقي أو الفئوي في العينة العنقودية موجود في الواقع، بينما في العينة الطبقية ، يتم إعداده من قبل الباحث.

وتتم عملية اختيار العينة من مجتمع البحث في العينة العنقودية، من خلال أخذها بواسطة السحب بالصدفة لوحدات تشمل كل منها على عدد معين من عناصر هذا المجتمع. ويتم اختيار المفردات ، بالطريقة اليدوية أو بالقرعة أو بالطريقة المنتظمة. مثال دراسة حول أساتذة التعليم الثانوي في العلوم الانسانية في ولاية الجزائر، نقوم باختيار عشوائي للدوائر بالولاية (عناقيد) ، ثم نقوم بعد ذلك كل ثانوية في هذه الدوائر بتقديم قائمة أساتذتها . ومن خلال هذا نقوم بتحديد حجم العينة ، أي عدد الأساتذة في عينة البحث .

فالعملية تمت على مرحلتين وتسمى العينة العنقودية على مرحلتين، قائمة الدوائر ثم قائمة الثانويات.⁶²

2.2. الصنف الثاني : العينات غير العشوائية (غير الاحتمالية) :

في هذا الصنف ، نتطرق إلى العينات الآتية :

1.2.2 العينة العمدية (أو القصدية): تهدف العينة القصدية " لتحقيق غرض البحث بحيث يقدر حاجات من المعلومات، ويقوم باختيار عينة الدراسات اختيارا حرا، على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة لدرسته ".⁶³ كما يوضع في هذا النوع من العينات هدف البحث في المقام الأول، و" بالتالي يبحث الطالب عن العينة التي تناسب موضوع بحثه بغض النظر عن عشوائيتها ، بسبب قلة المجتمع الأصلي ، أو أن الهدف هو الاختبار القبلي لأدوات البحث ، أو صعوبة الوصول إلى العدد الكافي من العينة ".⁶⁴

وتسعى العينة القصدية (غير العشوائية -غير الاحتمالية) إلى " تحقيق أغراض الدراسة من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة. أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل إنها توفر للباحث البيانات اللازمة لدرسته".⁶⁵ ويتم في هذه العينات وضع هدف البحث كأولوية، حيث "يبحث الطالب عن العينة التي تناسب موضوع بحثه بغض النظر عن عشوائيتها".⁶⁶

وكمثال عن هذا، نشير أننا ، فقد استعملنا (الباحث) العينة القصدية ، في دراستنا لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، معنونة ب" المدونات الالكترونية السياسية الجزائرية ".⁶⁷ وقمنا بتحليل مضمون مدونات سياسية جزائرية مكتوبة بالعربية في فترة الانتخابات الرئاسية لعام 2009 ، وذلك لمعرفة آراء وتوجهات المدونين الجزائريين حول ظروف تلك الانتخابات، ومواقفهم من المترشحين الذين تقدموا لها .

⁶² - - رشيدة سبتي ، ص 74 .

⁶³ - عامر مصباح : منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2008 ، ص 221 .

⁶⁴ - المرجع نفسه ، ص 221 .

⁶⁶ - المرجع نفسه ، ص 221

⁶⁷ - عبد الكريم تفرقنت ، المدونات السياسية في الجزائر ، مرجع سبق ذكره .

ولصعوبة التحليل الشامل لكل المواقع، اختارنا عينة من المدونات التي تناولت موضوع الانتخابات الرئاسية في الجزائر في أبريل 2009 ، والسبب في اختيار المدونات ، دون غيرها من المواقع الالكترونية ، هو أن المدونات كانت آنذاك في تلك الفترة هي الوسيط الالكتروني، الأكثر شيوعا في الوسط المتعلق بالفضاء الافتراضي، حيث لم تكن مواقع التواصل الاجتماعي بالانتشار والشهرة نفسها التي تعرفهما حاليا. وحتى نميز بين المواقع الأخرى التي تطرقت إلى موضوع الرئاسيات ، لجأنا إلى :

- المواقع التي تطلق على نفسها مصطلح المدونات، وبهذا تم استثناء تلك التي لا تحمل هذه الصفة، مثل المنتديات والمواقع وساحات الحوار والجرائد الالكترونية وكذلك صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مثل " فيسبوك " الذي كان في بداية طريقه ، ولم يكن منتشرا في الجزائر بالحجم، الذي يشهده حاليا .

- استثنينا المدونات التي لا تحمل في الركن الخاص بالتعريف بها ، كلمة " سياسية" ، فالمدونات التي لا تعرف نفسها بأنها سياسية لا تدخل ضمن العينة المختارة .

- تركز اعتمادنا في عينة المدونات التي قمنا بتحليلها على تلك المدونات التي تتوفر على أرشيف لفترة الدراسة أي أشهر مارس، أبريل وماي 2009 ، ولم نأخذ بالمدونات التي لا يوجد لديها أرشيف عن تلك الفترة .

- اخترنا المدونات التي تذكر هوية أصحابها من خلال ذكر أسمائهم وألقابهم. وأغلبية هذه الأسماء معروفة في عالم التدوين في الجزائر.

وبعد دراسة مجتمع البحث والاطلاع على المدونات في فترة الدراسة، اعتمدنا على عينة قصدية تتمثل في 15 مدونة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية التي كانت تنشط في فترة ثلاثة أشهر مارس، أبريل وماي من سنة 2009 وفقا لعدة لمعايير تتماشى مع متطلبات البحث وهي :

- نتناول موضوع الانتخابات الرئاسية لأفريل 2009 ،

- تحمل صفة المدونات حسب تعريف أصحابها،

- تشير أنها سياسية ، أو على الأقل تضع القضايا السياسية ضمن اهتماماتها ،

- تتوفر على أرشيف تلك السنة الخاص بالانتخابات الرئاسيات لأفريل 2009 ،

- تتضمن معلومات وبيانات لها صلة بالبحث ،

- يمكن تحميل مقالاتها التي تناولت موضوع البحث أي رئاسيات أبريل 2009 .
والباحث يستعمل العينات القصدية" لتحقيق غرض البحث بحيث يقدر حاجاته من المعلومات
ويقوم باختيار عينة الدراسات اختيارا حرا، على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة من خلال
توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة ، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون
ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة لدراسته " .⁶⁸

كما يوضع في هذا النوع من العينات هدف البحث في المقام الأول ، و " بالتالي يبحث
الباحث عن العينة التي تناسب موضوع بحثه بغض النظر عن عشوائيتها ، بسبب قلة
المجتمع الأصلي، أو أن الهدف هو الاختبار القبلي لأدوات البحث ، أو صعوبة الوصول
إلى العدد الكافي من العينة " .⁶⁹

وتتطبق الحالة الأولى أي قلة المجتمع الأصلي على دراستها حيث أن قلة عدد المدونات
السياسية الجزائرية التي تطرقت إلى موضوع الانتخابات الرئاسية لأفريل 2009 جعلنا نختار
عينة عمدية أو قصدية .

لجأنا إلى البحث عن المدونات بواسطة محرك البحث" غوغل " واستعمال كلمات مفتاحيه،
مما أتاح لنا الحصول على مدونات من كل المواقع . مع الإشارة إلى أن موقع " مكتوب "
كان آنذاك هو الموقع الوحيد الذي يمكن أن تتم فيه عملية البحث بسهولة، لكونه يوفر
وسائل لمعرفة عدد المدونات الجزائرية والولوج إليها، والاطلاع على محتوياتها دون عناء
(توجد في مكتوب 14634 مدونة إحصائيات 25 سبتمبر 2011) ، ثم يأتي موقع " إيلاف "،
ولكنه لا يتوفر سوى على قليل من المدونات الجزائرية (249 مدونة جزائرية إحصائيات 25
سبتمبر 2011). أما بقية المواقع الأخرى ومنها الموقع الجزائري "دي زاد بلوغ"، جيران،
وبلوغ سبوت وغيرها، فهي لا تتوفر على فهاريس ولا على دلائل تسهل عملية البحث عن
المدونات الجزائرية .

تمت عملية البحث في موقع " غوغل " باعتباره من أكبر محركات البحث في الانترنت .
وتمثلت طريقة البحث بوضع كلمات مفتاحيه تتعلق بموضوع الدراسة في محرك " غوغل "

⁶⁸ - عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2008 ، ص 221
⁶⁹ - المرجع نفسه .

أخذت عينة الدراسة من المدونات الالكترونية السياسية الجزائرية المكتوبة بالعربية في الفترة الزمنية الممتدة عبر ثلاثة أشهر، من 1 مارس الى 31 ماي 2009 ، أي شهر قبل الانتخابات وشهر بعد الانتخابات الرئاسية، إضافة إلى الشهر الذي جرت فيه الانتخابات في 9 أبريل 2009، وذلك حتى يتسنى لنا معرفة المواقف والآراء قبل الانتخابات وما بعدها .

2.2.2 العينة الحصصية : تسمى أيضا "العينة التناسبية، وهي ضمن أنواع العينة غير العشوائية، تتميز بالمرونة والسرعة في استعمالها. لذلك فهي تستخدم بشكل كبير في بحوث القراء والمستمعين أو المشاهدين وبحوث الرأي العام، أي في الحالات التي يكون فيها مجتمع البحث كبيرا(..) وفكرتها قائمة أن المجتمع غير متجانس، ومن ثمة يتم توزيع أفراد العينة على عدد من الحصص بما يتلاءم وخصائص المجتمع محل الدراسة، وكل حصة من تلك الحصص لها متغيرات المراقبة (..) وفي الغالب عند سحب العينة فعليا، يترك للباحث قدر كبير من الحرية في تحديد الوحدات التي تدخل ضمن حصته".⁷⁰

والعينة الحصصية هي أيضا "العينة التي تعتمد على اختيار أفراد العينة من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة، وذلك بنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات".⁷¹ وقد قمنا في أطروحتنا للدكتوراه المعنونة ب" حرية التعبير من خلال الوسائط الجديدة .. نموذج فايسبوك في الجزائر. دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين .. سنة 2017. باستعمال عينة من 400 صحفي، مقسمة إلى صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون.⁷²

وكان هدف الباحث في هذه الدراسة من استخدام العينة الحصصية هو توزيع تمثيل الصحفيين عدديا في حصص غير متساوية بحسب المؤسسات الإعلامية التي يشتغلون فيها، انطلاقا من الحجم الكلي لأنواع المجالات أو التخصصات. فهناك مجالات (تخصصات) تشمل عددا أكبر من غيرها، فمثلا تخصص الصحافة المكتوبة يشمل أكبر عدد من الصحفيين العاملين في قطاع الإعلام في الجزائر، يقارب نصف العدد الإجمالي. ولهذا ينبغي أن تتال الصحافة المكتوبة أكبر حصة في عينة الدراسة.

⁷⁰ - يوسف تمار ، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات بغدادية، الجزائر، 2010، ص، 27.

⁷¹ - أحمد بدر : أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات الكويت، 1981، ص 342.

⁷² - عبد الكريم تفرقنت ، حرية التعبير من خلال الوسائط الجديدة .. نموذج فايسبوك في الجزائر. دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين .. سنة 2017 . كلية علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، السنة الدراسية 2017- 2018 .

وقد اتبعنا في دراستنا المراحل المعمول بها في العينة الحصصية، ومن بينها :

- تحديد مجتمع الدراسة، الذي يتم من خلاله جمع البيانات المتعلقة بخصائص للدراسة.
- تحديد إطار العينة: وهي القائمة المتضمنة لمفردات مجتمع الدراسة، والذي يتم سحب العينة منه.

- تحديد نوع العينة، وهو الذي يتوقف على عدة عوامل، من بينها: الهدف من إجراء البحث، إن كان تعميماً للنتائج على مجتمع البحث (عينة احتمالية) أم لاختبار فروض معينة والتوصل إلى بعض المؤشرات (عينة غير احتمالية).⁷³

3.2.2 عينة الصدفة : يسميها البعض العينة العابرة أو الآنية، وتستعمل هذه العينة

بالصدفة، وبطريقة آنية، وتكون في ظروف معينة دون سابق معرفة، لطبيعتها وظروفها، حيث " يختار الباحث أفراد عينة الصدفة دون أن تكون له سابق معرفة عن ما يتوفر في وحداتها من متغيرات".⁷⁴

ويكون استجواب أفراد هذه العينة في الميدان مباشرة ، مثل المصلين عند الخروج من الجامع لمعرفة رأي حول الدين ، زبائن سوق أو محل تجاري للاستفسار عن سلعة معينة، مشاركون في تظاهرة معينة .. وهكذا.

4.2.2 عينة كرة الثلج : ويسميها البعض العينة التراكمية ، حيث يتراكم أفراد هذه العينة ،

تبدأ العينة بمجموعة من الأفراد ثم بعد ذلك يزداد عدد الأفراد، في البداية نعرف بعض الأفراد المعنيين بالدراسة ، ومن خلالهم يمكننا الاتصال بغيرهم ، فأفراد مجتمع البحث يساعدوننا في بناء العينة .⁷⁵

وغالبا ما تستعمل عينة كرة الثلج ، في مجتمعات البحث غير معروفة بدقة، والتي قد يصعب تحديدها بوضوح في بداية الأمر، لذا يكون الاتصال الأولي، ومعرفة بعض

⁷³ - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 116 - 117.

⁷⁴ - رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره ، ص 76 .

⁷⁵ - موريس انجريس ، مرجع سبق ذكره ، ص 314 .

الأفراد، ثم يتم الشروع بعد ذلك في تشكيل وبناء أفراد العينة، وكمثال على ذلك ، عندما يريد باحث أن يجري دراسة على مدمني المخدرات، فإنه ينتقل إلى مركز المعالجة أو مكان التقاء مدمنين، وبعد اتصاله بأفراد منهم ، يتم إرشاده إلى أفراد آخرين.

وكل من عينة الصدفة أو العينة العابرة ، وعينة كرة الثلج ، هما " من الأنواع غير المعروفة بما فيه الكفاية لدى باحثينا وطلابنا- في الجزائر - (..) وفي مفهومها العام هي عينات غير احتمالية "غير عشوائية" تعتمد على تدخل الباحث في اختيار وحداتها، وتستعمل في بعض المواضيع " الخاصة" التي يصعب على الباحث الوصول إلى الأفراد المعنيين بها؛ مثل تعاطي المخدرات والأقليات العرقية والدينية أو المشردين أو الفقراء المتعفين أو المتسولين".⁷⁶

⁷⁶- يوسف تمار : مرجع سبق ذكره ، ص ص 31.32.

المراجع :

كتب :

- 1-انجرس موريس ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر 2006.
- 2- الدببسي عبد الكريم علي ، الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الثانية ، الأردن، 2016 .
- 3- المزاهرة منال هلال ، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014 .
- 4- تمار يوسف ، تحليل المضمون للباحثين والطلبة الجامعيين ، طاكسيم كوم - الجزائر ، 2007 .
- 5- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
- 6-خالد حامد:"منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية "،جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 7- سبتي رشيدة، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار التنوير الجزائر، 2014.
- 8- مصباح عامر، "منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
- 9- ماكومز ماكس ، هولبرت لانس، ميوسيس سبيرو و و انتا مواين ، ترجمة محمد صفوت حسن أحمد ، الأخبار والرأي العام .. تأثير الإعلام على الحياة المدنية ، دار الفجر للنشر والتوزيع - مصر ، والدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع ، الجزائر 2012 .
- 10- زرواتي رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية المطبعة الجهوية بقسنطينة، الطبعة الثالثة ، 2008 .
- 11- عظيمي أحمد، "دعاية الكراهية" منشورات الشروق للإعلام والنشر، الطبعة الأولى، مطبعة العباقره للإعلام والنشر والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2010 .
- 12- سمير محمد حسين ، الرأي العام .. الأسس النظرية والجوانب المنهجية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997.
- 13- كولمان ستيفن ، روس كاين ، ترجمه صباح حسن عبد القادر ، الاعلام والجمهور ، دار الفجر للنشر والتوزيع - مصر ، 2012 .
- 14- زيدان عبد الباقي ، وسائل أساليب الاتصال ، القاهرة ، 1974 .
- 15- قويسى حامد عبد الماجد ، دراسات في الرأي العام .. مقارنة سياسية ، مكتبة الشروق الدولية ، القاهرة ، 2003 .

دراسات ومقالات :

- 16- ابراقن محمود ، تقنيات قياس الرأي العام .. الأسس العلمية والأدوات المعتمدة ، محاضرات في معهد علوم الاعلام والاتصال .
- 17- الحمامي الصادق ، التجارب العالمية في مجال قياس الرأي الجمهور .. كندا ، الولايات المتحدة ، المملكة المتحدة وفرنسا ، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس .
- 18- الحمد جواد ، دور استطلاعات الرأي العام في القرار السياسي في الوطن العربي وانعكاساتها على عملية الاصلاح والديمقراطية ، مؤتمر استطلاعات الرأي واتخاذ القرار بين النظرية والتطبيق ، القاهرة 6-8 فيفري 2008 .
- 19- الدببسي عبد الكريم ، الطاهات زهير ياسين ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية ، الأردن ، المجلد 40 ، العدد 1 ، 2013 .
- 20- الهاشمي سعيد بن سلطان ، استطلاعات الرأي العام والممارسة الديمقراطية في العالم العربية .. تفكير في وضع يتجاوز الراهن ، ورقة مقدمة للمؤتمر الثاني لاستطلاعات الرأي القاهرة 8 و9 نوفمبر العام في مجتمع متغير ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، 2009
- 21- صدفة محمد محمود و شيحة نجوان فاروق ، دور استطلاعات الرأي العام في صنع السياسات العامة ، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي لاستطلاعات الرأي العام واتخاذ القرار بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، 6-8 فيفيري 2008 .
- 22- قسايسية علي ، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي .. دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995-2006) ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، السنة الجامعية 2006-2007 .

أطروحات :

- 23- عبد الكريم تفرقنت ، المدونات السياسية في الجزائر ، مذكرة ماجستير ، كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 ، 2011-
- 24- عبد الكريم تفرقنت ، حرية التعبير من خلال الوسائط الجديدة .. نموذج فايسبوك في الجزائر . دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الجزائريين .. سنة 2017 . كلية علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، السنة الدراسية 2017-2018

مواقع الكترونية :

25 - شبكة النبا المعلوماتية ، اطلع [.https://annabaa.org/nbanews/2009/12/219.htm](https://annabaa.org/nbanews/2009/12/219.htm)
عليه بتاريخ 2023.12.23

بالانجليزية :

26 -Habermas ،Jürgen (1991). "The Public Sphere في Mukerji C ؛.Schudson, M
.Rethinking popular culture. Contemporary perspectives in cultural
studies .Berkeley: The University of California Pres .P 398-400

27 -Rolf Fechner/لارس كلوسن/Arno Bammé (eds.): Öffentliche Meinung zwischen neuer
Religion und neuer Wissenschaft. Ferdinand Tönnies' "Kritik der öffentlichen Meinung" in der
internationalen Diskussion, in: Tönnies im Gespräch, tom. 3, Munich/Vienna: Profil 2005,
(ردمك 3-590-89019-3).

