



# استطلاعات الرأي العام علي الإنترنت

د. فتحي حسين عامر



# إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت

د. فتحي حسين عامر

2013



## إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت

المؤلف: د. فتحي حسين عامر

الطبعة الأولى : 2013

رقم الإيداع: 14280/2012

© جميع حقوق النشر محفوظة للناشر

60 شارع القصر العيني - 11451 - القاهرة

ت 27921943 - 27954529 فاكس 27947566

email: [alarabi5@link.net](mailto:alarabi5@link.net)

### بطاقة فهرسة

عامر، فتحي حسين .

استطلاعات الرأي العام على الانترنت / فتحي حسين عامر . - القاهرة:

العربي للنشر والتوزيع، 2012 - ص؛ سم.

1 - قياس الرأي العام- نظم معلومات

أ - العنوان 301,1540285

## إهداء

الي روح والدي الغالية رحمة الله وأن يجعل مثواه الجنة والي العزيزة الغالية أمي أطال الله في عمرها ولا يحرمنا رضاها ودعائها وأن يرزقنا الصلاح حتي ينفعهما الله بدعائنا ..فكم أتمني أن أدخل الجنة عبر رضاها عني ..

والي أحباب قلبي أبنائي: أدهم ومريم

والي أعظم شباب في العالم الشباب المصري، الذي قام بأعظم الثورات البيضاء في التاريخ في 25 يناير 2011، وأستخدموا فيها أحدث وسائل التكنولوجيا التفاعلية عبر الانترنت وهي الفيس بوك ... والي شهداء الثورة الابرار سواء من الشباب أو الاطفال أو الكبار أو من أفراد الشرطة والقوات المسلحة وغيرهم في كل مكان في مصر وخاصة في ميدان التحرير وميدان الاربعين بالسويس وميدان القائد إبراهيم بالاسكندرية وغيرها من المحافظات وفي أماكن مثل: شارع محمد محمود ومجلس الوزراء والعباسية وماسبيرو ومسرح البالون وحتى أمام القصر الاتحادية الرئاسي بمصر الجديدة من أجل أمنيات ومطالب وحقوق بسيطة يعتقدون أنها ستتحقق لهم بعد الثورة و إنتخاب رئيس جديد للبلاد..

والي كل باحث وطالب علم يبتغي وجه الله الكريم والصلاح والاصلاح للبلاد والعباد وطلب العلم وإعلاء كلمة الحق في كل مكان .

المؤلف،،





## المقدمة

-----





هناك حقيقة لا بد أن نعلمها جميعا إزاء إستطلاعات الرأي العام المنتشرة في مصر خلال الفترة ما قبل إجراء أول إنتخابات للرئاسة بعد ثورة 25 يناير عام 2012 وهي إننا نعيش في أكذوبة مستحدثة إسمها إستطلاعات الرأي العام من أجل التعرف علي إتجاهات الشعب المصري نحو مرشحي الرئاسة..فنشر هذه الاستطلاعات بشكل فج خلال الصحف ووسائل الاعلام المختلفة قد تؤدي الي إحتمالية أن يتأثر الرأي العام بما ينشر من نتائج - قد تكون غير حقيقية تماما - توضح ترتيب المرشحين لمنصب رئاسة الجمهورية من حيث الشعبية التي تخلقها أو تصنعها هذه المراكز لمرشح دون الاخر أو نسب التصويت المتوقعة لكل منهم، مما يعني تحرك قطاع عريض من الرأي العام لتأييد ذلك المرشح خاصة من بين هؤلاء الذي لم يقرروا موقفهم بعد أو ما زالوا مترددين في التصويت لأحد المرشحين، أو عدم مقدرة الاغلبية علي الاختيار الصحيح بسبب عدم إعتيادهم علي ذلك في ثقافتهم، وما أن كل متردد يفضل لنفسه أن يلتحق لتأييد ما تراه الأغلبية حتي لا يكون نشازا في النغمة السائدة، وهو حين يتخذ هذا القرار يعتمد علي صواب ما تقرره الأغلبية أي يسير كالقطيع دون أن يعرف الصواب من الخطأ.

ولكن ينبغي الاعتراف بوجود إستطلاعات رأي دقيقة وأخري غير دقيقة أو مزيفة، ولكن هناك معايير مهنية يجب الالتزام بها أثناء إجراء هذه الاستطلاعات حتي يتحقق بها المصداقية ويعتمد عليها في مختلف الامور وهي أن يتم تحديد عينة ممثلة للمجتمع بكل طوائفه وشرائحه ومستوياته وأنواعه وأعمارهم، وأن تكون البيانات التي جمعها مباشرة تتم من خلال المقابلة الشخصية لا عن طريق وسائل الاتصال مثل التليفون المنزلي أو المحمول أو المواقع الاليكترونية او البرامج التليفزيونية الفضائية التوك شو، فمعظم استطلاعات الرأي في هذه الجهات لا يمكن الوثوق بها خاصة

وأنها ترجع للتليفون كوسيلة للاستطلاع لسرعة وقلة تكاليفها المادية حيث تكون نسبة الاستجابة في هذه الاستطلاعات ضئيلة وغير دقيقة بينما المقابلات المباشرة مع الفئة التي تم إختيارها تكون الاعلى في الاستجابة بنسبة تصل الي 99% خاصة وان مصر مازالت تعاني من إرتفاع نسبة الامية، بنسبة تصل الي 38% وهذا يضعها في إنعزالية عن الصحف والمواقع الاليكترونية والبرامج الفضائية، كما أن التصويت علي الاسئلة التي تطرحها البرامج علي مشاهديها غير دقيقة خاصة وأنها لا تمثل المجتمع بل تمثل جمهور البرنامج فقط! الامر الذي حولها لسبوبة!

يضاف الي هذا أن مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر لا تتمتع بالاستقلال السياسي وهي دائما إما تابعة أو مسيسة إما للنظام القديم أو المجلس العسكري فهي ليست فوق الشبهات من حيث إلتزامها بالمعايير التي تضمن الحيادية وموضوعية النتائج. ومنذ أكثر من ثلاثة أسابيع ومع إحتدام سباق الرئاسة أصبحت هذه الاستطلاعات يومية بنتائج مختلفة أو بالاحري موجهة للشعب ومدفوعة ضمن حملات الدعاية للمرشحين لخداع الشعب المصري وتوجيهة الي مرشح بعينه والدليل علي ذلك أن أخر إستطلاع لبعض الصحف الخاصة أظهر تفوق محمد مرسي مرشح الاخوان المسلمين بينما تباينت إستطلاعات أخرى في تفوق عمرو موسى وأخري أحمد شفيق وأخري حمدين صباحي. ومن الخطير أن هذه الاستطلاعات وجدناها مؤخرا تصب بقوة في رفع أسهم مرشحى الفلول عمرو موسى وشفيق، ومن المفارقات الغريبة أن إستطلاعات الرأي العام الحكومية والخاصة قبل الثورة كانت تأتي بحسني مبارك كأفضل زعيم عربي وسوزان مبارك وبفريدة ابنة جمال مبارك كأفضل شخصيات العصر وأشياء من هذا القبيل ورضاء الشعب عن أداء حكومة نظيف وإذا بها بعد الثورة علي ما هي عليه، وكأننا لا نريد أن نتقدم للأمام، بل نتراجع للخلف بسبب عشوائية القرارات التي حكمتنا علي مدار تاريخنا القومي، وعدم إستطلاع رأي الشعب في أي قضية أو مشكلة وتواجه مصيره وأمنه الشخصي والقومي. ينبغي عدم

فرض إملاءات هذه الاستطلاعات علي الشعب المصري الذي قام بثورة قضي فيها علي نظام مستبد ليأتوا ببقاياها من جديد حتي يعيدوا إنتاج نظام مبارك وكأن الثورة لم تقم وهذا ما لن يقبله الشعب المصري مجدداً!

لقد أصبحت وسائل الإعلام، بفضل التطور الذي فجرته ثورة المعلومات، جزءاً من نسيج المجتمع وحياته في كل مكان، وصارت ذات تأثير مباشر في التكوين الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي للمجتمعات، وفي تشكيل الوعي وتحديد مسار السلوك للفرد والجماعة، حيث ظهر الأثر التكويني للإعلام في آليات التفكير والقيم والأخلاق والعادات اليومية والسلوك والخصائص المميزة لشخصية الجماعات والأفراد.. حيث أنه لم يعد خافيا على أحد الأهمية والتأثير الذي يتمتع به الرأي العام بشتى أشكاله في المجتمع، ولذلك نرى الحجم الهائل من الأنشطة والدراسات التي يتم القيام بها من أجل التأثير على الرأي العام، وتوجيه سلوكه، وضبط حركته، ويزداد ذلك الاهتمام وقت الأزمات المختلفة والانتخابات المتنوعة علي مستوي السلطات المختلفة.

لاشك أن ثورة 25 يناير بكل ما حملته من تحولات في المجتمع المصري فرضت واقعاً جديداً يتطلع فيه المصريون إلى تبني نظام جديد تسوده العدالة الاجتماعية والكرامة الانسانية، كما أن المشهد المصري بعد هذه الثورة يشير بوضوح إلى تراجع الخوف من التعبير عن الرأي، وبروز ظاهرة الرأي العام علي السطح بشكل كبير ومؤثر، والاهتمام بها من خلال إستطلاعات الرأي علي الانترنت سواء أكانت إستطلاعات مرتبطة ببرامج توك شو علي القنوات الفضائية المختلفة مثل قناة دريم وقناة المحور وقناة الاوربت وقناة سي بي سي وقناة الجزيرة القطرية وقناة الاوربت وغيرها أو علي مواقع الانترنت المتعددة لبعض الصحف اليومية الخاصة مثل موقع صحيفة اليوم السابع اليومية وموقع جريدة المصري اليوم وموقع جريدة الشروق وموقع مصراوي وموقع الجزيرة وموقع البي بي سي وموقع محيط وغيرها من المواقع بالصحف القومية مثل بوابة الاهرام الاليكترونية والجمهورية والايخبار وبعض الصحف الحزبية مثل بوابة الوفد وغيرها من الاستطلاعات

التي تجريها بعض المراكز البحثية الخاصة والحكومية مثل مركز الاهرام للدراسات الاستراتيجية والسياسية، ووضعها في الاعتبار عند صانع القرار وتجلي هذا لأول مرة بشكل حقيقي في إستفتاء 19 مارس 2011 وما بعدها من إنتخابات برلمانية ثم إنتخاب جمعية لتأسيس دستور جديد للبلاد وإنتخابات رئاسية، وهذه المعطيات الجديدة تفتح الباب على مصراعيه لإجراء إستطلاعات للرأي العام لا تكبلها قيود تسلط الحاكم، ولا يفسدها الخوف من التعبير عن الرأي.

فقد كان التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك الذي إختعه طالب جامعة هارفارد الامريكي "مارك زوكر بيرج" في بداية الالفية الثالثة علي وجه التحديد بمثابة غرفة عمليات الثورة المجيدة التي إنطلقت في 25 يناير 2011، وكان الوسيلة الاولى للتواصل بين الثوار وتبادل المعلومات والاراء والتنظيم، وقد نجحوا في أن يكونوا ما يسمى بالرأي العام الاليكتروني، أو رأي مختلف فئات الشعب بكل إنتمائه وطوائفه علي الانترنت وعبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ووضعوا هدف واحد أمامهم، وهو الخروج في تظاهرة كبيرة تجوب شوارع مصر المختلفة للمطالبة بالحرية والعدالة وبعمل إصلاحات عامة وإستعادة الحقوق المسلوبة للشعب، وإتخذوا شعار واحد لهذه الثورة وهو "حرية - عيشة - عدالة - كرامة إنسانية"، وقد أعلنوا ذلك صراحة علي الانترنت والفيس بوك، وقد كانت البروفة الاولى للثورة التي أطاحت برئيس الدولة حسني مبارك وأفراد أسرته وبطانته السوء وأدخلتهم جميعا السجن. وجاء الحكم الشهير للقاضي المستشار أحمد رفعت علي مبارك في 2 يونيو عام 2012 أي بعد عام ونصف من تنحيه وسجنه بالمركز الطبي العالمي بالسجن المؤبد مدي الحياة ليضع نهاية للطاغية الذي حكمنا ولكل حاكم يأتي من بعد وتسول له نفسه أن يسلك مسلك سابقيه.

ويمكن القول بأن إنعاش الاعلام الاليكتروني بدأ بقوة في 6 إبريل عام 2008 عندما أعلنت مجموعة من الشباب عن إضراب عام عن العمل في البلاد علي الانترنت إعتراضا علي سوء أحوال البلاد وكثرة الفساد السلطة فيها، وغياب العدالة

الاجتماعية، ونجح هذا الاضراب نجاحا باهرا في منطقة المحلة الكبرى بمحافظة الغربية ومناطق أخرى عديدة بالمحافظات المصرية وسميت هذه الحركة بعدها بحركة 6 إبريل، وفي يوم 25 يناير 2011 تحرك مجموعات من الشباب الذي لا ينتمي لحركات أو أحزاب أو تيارات دينية بشكل منظم في اليوم المحدد بعد الاعلان المسبق عبر عالم الانترنت وموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك للنزول في يوم عيد الشرطة الموافق 25 يناير، وبدأت التظاهرة التي إستمرت لعدة أيام وطالبوا فيها بإسقاط النظام، وقد تحقق لهم ما أرادوا بعد 18 يوم بالتمام، وتحققت المعجزة بفضل الرأي العام الالكتروني الذي كونه الشباب عبر الجروبات المنتشرة عبر الفيس بوك ومواقع أخرى مثل صفحة "كلنا خالد سعيد" التي كانوا يكونونها فيما بينهم، وقد وصل أعضائها الي ملايين الاعضاء وكانت الصفحة بمثابة التعبئة للجماهير والشباب علي الانترنت من أجل التظاهر والثورة يوم 25 يناير، التي كانت بالفعل - كما قال الرئيس الامريكي باراك أوباما - أعظم الثورات في تاريخ البشرية، فكانت ثورة بيضاء ونظيفة ومنظمة ومرتبة بفضل الله سبحانه وتعالى. بل لم يتخيل أي إنسان أن شباب الفيس بوك سوف يقودون مبارك وأسرته وقيادات حزبه المهيمن والحاكم الي المحاكمة والسجن ومعهم البطانة الفاسدة.

وتمثل إستطلاعات الرأي العام بوجه عام واحدة من المهام التي تلقى على عاتق مراكز البحوث ودوائر صنع القرار في البلاد، بالإضافة الي وسائل الاعلام ودورها المؤثر علي الافراد، والتي راحت هي الأخرى تهتم بهذا الموضوع، انطلاقا من مهمتها في الاطلاع على مسارات واتجاهات الرأي العام، في القطاع الذي يريد الباحث أو المستطلع، ان يتوصل من خلاله الي نتائج عن مشكلة اجتماعية أو سياسية، أو التعرف على نتائج صناديق الاقتراع عند إجراء إنتخابات برلمانية أو رئاسية أو قضائية أو في الوزارات والمحافظات والاندية وغيرها في كافة مواقع المجتمع، من خلال استخدام الوسائل الاحصائية في الكشف عن النتائج المتوخاة.

ويخلص الباحثون في مجال الاستطلاعات الى نتيجة مؤداها أن استطلاعات الرأي تعاني من العجز عن تحقيق المصادقية لدى الجمهور، ناهيك عن صانع القرار كي تكون إحدى المدخلات المهمة في تناول الموضوعات ذات الصلة مثل إرتفاع أسعار بعض السلع الغذائية أو رفع الدعم الحكومي عن البنزين أو القيام بحرب مع عدو خارجي في توقيت ما، وبالتالي ليكون لها حظ ما في الاعتبار عند أخذ القرارات المتعلقة بهذا الموضوع على مختلف المستويات، والأمر يتعلق بصناعة القرار في مؤسسات المجتمع المدني كما هو في الدولة وكما هو على المستوى القومي العربي في القضايا المصرية الكبرى والمشتركة الكثيرة.

ويقول المهتمون بالشأن البحثي المتعلق بالرأي العام أن عمليات إستطلاع الرأي العام والتعرف إلى المزاج الشعبي العام لاتزال من المسائل الجدلية في عملية صناعة القرار العربي، حيث تسود ثقافة الزعامة الفردية التي تعتبر وصية على المصلحة الوطنية، كما لا تزال إدارة صناعة القرار العربي تحظى بالمرجعية العليا الفردية في معظم الأحيان، ناهيك عن آلية صناعة القرار والكثير من المسائل المتعلقة بالمنهجية والإعداد وعرض البدائل والخيارات المطلوبة.

ويمكن القول بأن غياب المناخ الديمقراطي وإنتهاك الحريات العامة في مجمل الأقطار العربية قد ضاعف من عمليات الخوف والحجر على مناقشة قضايا الرأي العام وإجراء إستطلاعات منتظمة وعلمية وعلانية له في العالم العربي، كما ضاعف أيضا من عمليات التلاعب بالرأي العام لخدمة الحكومات العربية الديكتاتورية القائمة.

من هنا لم تتجاوز محاولات دراسة الرأي العام وقياسه في بعض الأقطار العربية -على اختلاف أنواعها ومجالاتها- مرحلة التجريب، حيث لم تتبلور تقاليد علمية أو مهنية متفق عليها بين الباحثين أو المشتغلين بإستطلاعات الرأي والرأي العام.

من جانب آخر فإن بعض وسائل الإعلام الغربية والعربية، علاوة على مؤسسات دولية عديدة، بدأت بإجراء استطلاعات للرأي العام في عدة أقطار عربية، كما أجريت بشكل متكرر استطلاعات في كل من العراق وفلسطين.

كذلك إنتشرت على نحو لافت للانتباه إستطلاعات الرأي في مواقع الإنترنت العربية بل وفي بعض البرامج الإذاعية والتليفزيونية، ورغم عدم دقة هذه الاستطلاعات فإنها تخلق ضغوطا إضافية على إحتكار الحكومات العربية لحق المنع أو الموافقة على إجراء إستطلاعات الرأي العام أو توظيفها لخدمة سياساتها. ومن المتوقع في المستقبل القريب أو المتوسط الانتقال من مرحلة التجريب إلى ممارسة إستطلاعات الرأي العام، الأمر الذي قد يخلق مشكلات بحثية وإجرائية، بل وأخلاقية، خاصة مع عدم وجود روابط أو إتحدات لتنظيم ممارسة إستطلاعات الرأي العام تستطيع أن تضع قواعد ومواثيق أخلاقية للممارسة المهنية.

ومن هذا المنطلق كان تفكيري في إعداد وتأليف هذا الكتاب عن الرأي العام الاليكتروني وعن إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت، والتعرف علي نشأة الرأي وتكوينه ووسائله وأدواته وأهميته في عصر التطور التكنولوجي والاتصال التفاعلي والثورة المعلوماتية والبحث في كيفية مواجهة تحديات المستقبل بكل ما يحمله لنا من مخاوف وإشراقات.

رب أجعل هذا العمل في ميزان حسناتي يوم القيامة..

فتحي حسين عامر





## الفصل الأول

---

ماهية إستطلاعات الرأي العام

علي الانترنت



تعتبر الاستطلاعات أو الاستقصاءات أو الاستبيانات هي تكتيك لجمع المعلومات من الافراد عن طريق استمارة يتم إعدادها بشكل علمي، وتتضمن مجموعة أسئلة بخصوص موضوع يجيب عليها المبحوثون ويدونون إجاباتهم بأنفسهم أو يدونها الباحث الميداني تدويناً دقيقاً<sup>(1)</sup>، سواء كانت هذه الاستطلاعات ورقية مطبوعة تسلم باليد للمبحوثين أو عبر مكاتب البريد العادية أو إلكترونية ترسل عبر المواقع الإلكترونية أو الصحف التي لها مواقع عبر الانترنت أو الإيميل والبريد الشخصي.

والبحث العلمي عامة هو محاولة للوصول إلى الحقيقة لفهم العالم من حولنا، والإجابة على بعض التساؤلات وحل المشكلات، وهذه المحاولة تبني على جمع المعلومات وتحليلها للوصول إلى الحل الصحيح أو الأقرب إلى الصحة.

ويهدف البحث العلمي إلى فهم الظواهر المحيطة بنا، وحل المشكلات التي تواجهنا، والوصول إلى تعميمات أو قوانين، والتنبؤ بحدوث ظواهر معينة في المستقبل. والمشكلة هي مثير عقلي يحتاج إلى إجابة متخذاً من العلم مدخلاً ومنهجاً. والمشكلة شرط حتمي ومسبق لقيام البحث العلمي، وتسعى البحوث العلمية إلى الوصول إلى الحقائق والنظريات وبينهما حد فاصل لا بد من اجتيازه وهي الفروض والمقاييس .. والمشكلة بعبارة أخرى تبدأ بسؤال قد يسأله الباحث لنفسه أو قد يسأله له الآخرون.

ولا يوجد بحث علمي يبدأ من غير: تحديد المشكلة، تحديد الفروض، تحديد الأدوات البحثية فهي بمثابة مدخلات Inputs يحدث لها معالجة Processing لينتج في النهاية مخرجات Out Puts. إن كل شئ في الكون من حولنا عبارة عن مشيرات أو منبهات على الإنسان أن يسأل عنها في مجال الإعلام والرأي العام والاجتماع<sup>(2)</sup>.

ويعد الإحساس بمشكلة البحث من الخطوات الهامة في البحث، ويمكن التعبير عن أهمية ذلك ببساطة تامة وهو أنه حينما لا تكون هناك مشكلة لا يكون هناك بحث

No Problem .. No Research ويبدأ البحث بمشكلة في شكل تساؤل في ذهن الباحث أو عندما يواجه الباحث مواقف غامضة تثير تساؤلات في ذهنه، ويبدأ البحث عادة بموقف غامض أو موقف مشكل "Problematic Situation" <sup>(3)</sup>.

وتشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الالكتروني، وتعد المواقع الإخبارية الالكترونية أحد هذه الظواهر التي إتسمت بعناصر الفورية Immediacy، والتفاعلية Interactivity، وتعدد الوسائط Multimedia، والتحديث Updating، والشخصنة Personality <sup>(4)</sup>.

وإذا كان ظهور الإنترنت بمثابة ثورة غير مسبوقه في مجال وسائل الاتصال بما أتاحتها من حرية وسهولة وسرعة وإتاحة على مدار الساعة بما قدمته من خدمات متعددة ومتباينة من مواقع إخبارية ومنتديات وتصفح وغرف دردشة ومجموعات إخبارية وبريد الكتروني ضخمة المساحة، فإن ظهور الشبكات الاجتماعية أيضا من ناحية أخرى يعد ثورة في مجال نفس الوسيلة، حيث أدى إلى زيادة وتعاضم دور الشبكة باعتبارها وسيلة حرة للتعبير والتفاعل والتواصل بل وحشد الرأي العام وتكوين مجموعات للضغط علي الأنظمة الاجتماعية والسياسية، الأمر الذي أدى إلى نمو غير مسبوق في إعداد الشبكات الاجتماعية وكذلك في أعداد مرتادي هذه الشبكات.

فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت في آخر استطلاع أجرته شركة In Site Consulting عام 2011 حوالي 2 مليار منهم 940 مليون يستخدمون المواقع الاجتماعية منهم 72% يتواجدون في أكثر من موقع اجتماعي وبلغت نسبة الاستخدام 95% من إجمالي مستخدمي الشبكة، ويحتل الفيسبوك 51% Facebook ثم ماي سباس 20% MySpce وتويتر 17% Twitter، وكثير من مستخدمي المواقع يسجلون دخول مرتين يوميا إلي اقل معدل 9 مرات شهريا و14% يسجلون دون عمل أي شيء آخر و26% يقومون بالكتابة في كل مرة يدخلون للموقع، ويبلغ متوسط عدد

الأصدقاء للشخص الواحد 195 وفي أمريكا الجنوبية 360 وفي البرتغال 236 وفي أمريكا 200 صديق<sup>(5)</sup>.  
فهناك ما يقرب من 107 تريليون بريد الكتروني تم إرساله عام 2010 بمعدل يومي 294 مليار رسالة  
إجمالي 1.88 مليار مستخدم لحوالي 250 مليون موقع وبإضافة سنوية تشمل 21 مليون موقع  
2010، وهناك أكثر من 150 مليون مدونة و25 مليار تحديث لتويتر و100 مليون حساب جديد في  
نهاية 2010 بينما وصل عدد مستخدمي الفيسبوك في نفس العام 600 مليون مشترك منهم فقط  
250 مليون عام 2010 حيث تمت إضافة 20 مليون تطبيق علي الفيسبوك وهناك 2 مليار مشاهد  
لمقاطع اليوتيوب يوميا حيث يرفع لموقع اليوتيوب 35 ساعة بإجمالي 2 مليار شهريا للمشاهدة و20  
مليون للتحميل. وقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت العرب 70 مليون مستخدم وتعد المنطقة العربية  
الخامسة في استخدام الشبكات ووسائل الإعلام الاجتماعية بنسبة نمو بلغت 2500% في السنوات  
العشر الأخيرة طبقا لإحصائيات Arab Discover Digital وبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك 9 مليون  
مستخدم في مصر و4.5 في السعودية و4 مليون في المغرب، ويزداد عدد المستخدمين في مصر كل 3  
شهور بمعدل 4.42% وجاءت ليبيا في المقدمة من حيث نسب الزيادة في مستخدمي الفيسبوك في  
الربع الثاني من 2011 بنسبة 88.5% تليها قطر 44.5% والعراق 10.5%، ففي المجتمع العربي زاد  
انتشار استخدام الفيسبوك بمعدل أسرع في الربع العربي بنسبة 29% حتى وصل عدد المستخدمين  
في 5 ابريل إلي 27.711.503 مستخدم بعد أن كان 21.377.282 في 5 يناير 2011، وبلغ عدد  
المستخدمين في أكتوبر 2011 32.273.580 فرد من أصل 273.540.000.

فقد أكد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي أن الفيسبوك كان أداة فعالة لنواة من الناشطين الذين  
نجحوا فيما بعد في حشد جماعات وشبكات أوسع تتسم بقوة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية فيما  
بينها<sup>(6)</sup>.

وأكد التقرير من خلال الدراسة التي تمت علي المستخدمين أن الفيسبوك استخدم في الربع الأول من عام 2011 لرفع الوعي في بلدانهم بمعدل 31% مي مصر وتونس، وكذلك نشر المعلومات للعالم بشأن الحركات الاحتجاجية بنسبة 32% في تونس و24% في مصر ثم التنسيق بين الناشطين بنسبة 22% في تونس و30% في مصر وبالتالي لعب الفيسبوك دورا مهما من خلال مشاركة فئة - وان كانت قليلة- معينة لصالح فئات أخرى أكبر حيث حشد قادة الرأي في مصر وتونس باقي أفراد الجمهور واستطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دور الإعلام البديل بنجاح وكان دورها بارزا في دعم حركات التحرر العربية من خلال توفيرها لوسائل سهلة سريعة آمنة من اجل التبادل الحر للمعلومات والآراء.

كما أثبتت الكثير من الدراسات أن استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص قد ساهم في إيقاظ الوعي العربي حيث سمحت الشبكات الاجتماعية لملايين من الأفراد - ولأول مرة- بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة تفوق بكثير الأبنية والأنظمة السياسية والاجتماعية والإعلامية التقليدية، فمع اختلاف الظروف التي قامت من أجلها ثورات الربيع العربي إلا أن القواسم المشتركة بينها يتصدرها الكبت والقمع السياسي والاقتصادي والاجتماعي والأمني وانتهاك أبسط حقوق الإنسان لمصلحة بقاء النظام فضلا عن الظروف الاقتصادية الصعبة التي تعيشها هذه الشعوب في مصر وتونس واليمن وسوريا أو حرمانها من ثرواتها مثل ليبيا مما دفع بالناشطين إلي نشر معلومات ووثائق وصور وفيديو لفضح ممارسات النظام واستقطاب أكبر عدد ممكن من المؤيدين في شكل جماعات سياسية منظمة تتغلب علي عوائق المتابعة والمراقبة والملاحقة الأمنية بسرعة ودقة ومرونة فائقة<sup>(7)</sup>.

وبالتالي يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية استطاعت أن تترجم حالات السخط الشعبي والجماهيري علي الأنظمة الحاكمة في شكل جماعات فئوية منظمة استطاعت استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل وتشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة وخلق

رأي عام نوعي بدأ افتراضيا وتحول إلى حقيقيا ومن شكل الكتروني بين المتعلمين والمثقفين إلى شكل شعبي و جماهيري استقطب مزيدا من الاعتصامات والاحتجاجات الفئوية في تحالف للقوي والجماعات المقهورة سياسيا واجتماعيا وامنيا واقتصاديا واجتماعيا وأصبح لدي الغالبية العظمي قناعات بأنها لن تخسر أكثر مما خسرت وتصاعدت حدة المواجهات بين جموع شعبية تصر علي المطالبة بحقوقها المشروعة وأنظمة استبدادية متعنتة ومتسلطة تصر علي إنكار حقوق هذه الجموع الشعبية الحاشدة وتراها قلة مندسة بتبريرات واهية عن وجود قوي خارجية<sup>(8)</sup>، ومع مرور الوقت تبين زيف ادعاءاتها وان ثورات الربيع العربي ثورات شعبية حقيقية لن تنتهي إلا بتلبية متطلباتها ومن هنا استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعي هذه الجماهير واتجاهاتها نحو الثورات العربية بخلق رأي عام نوعي واعى بهذه الثورات.

فقد بدأ مفهوم المقاومة والنضال الالكتروني يتشكل ويمتد ليأخذ مؤخرا مفهوما عمليا جديدا تحولت بفضلها المجتمعات إلى كيانات معلوماتية وتحول الأفراد إلى متلقين ايجابيين يختارون ويتصفحون ويشاركون وينتقدون ويقومون ليس فقط بالتأثير في وسائل الإعلام ولكن بصنع وسائلهم الخاصة عبر المواقع والمنديات والمدونات وانطلقت القدرات الفردية بمبادرات بدأت شخصية ثم سرعان ما تحولت إلى جماعية ومجتمعية مكتسبة دعم جماهيري وشعبي اعتمادا علي الثقافة الشفهية من ناحية، وسرعة التنظيم والمرونة العالية التي أتاحها التكنولوجيا الحديثة من ناحية أخرى، فبفضل الانترنت وشبكات الإعلام المجتمعي الحديث تحولت المعلومة إلى عنصر فعال ومؤثر ونجحت شركات البرمجيات في خلق مجتمع مترابط تكنولوجيا وأصبح متصفح الانترنت بمجرد فحص بريده الالكتروني - من الكمبيوتر أو هاتفه المحمول أو البلاك بيري- مرتبطا بشبكة اجتماعية أو أكثر سواء الفيس بوك أو تويتر أو يو تيوب أو غيرها من الشبكات الأخرى ووجد الفرد نفسه عضوا وسط جماعة متجانسة اختارها بنفسه وأصبح عليه أن يشاركها آرائها وأحلامها وتطلعاتها ومعارفها واتجاهاتها

وأصبح السري سابقا علني حاليا والمجهول معلوم والاحتمالي مؤكد وموثق بسرعة ودقة وأدرك الأفراد قيمة التواجد الالكتروني<sup>(9)</sup>.

وهنا يثور التساؤل عن طبيعة ومدى السرعة والقوة التي توافدت بها تلك الحشود علي الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت وتكمن الإجابة في الحرية المطلقة التي أتاحتها الواقع الافتراضي والفضاء الالكتروني بمواقعه وشبكاته الاجتماعية مما أدى لتشكيل الحركات الاجتماعية التي كانت تعيش واقعا سياسيا واجتماعيا وإعلاميا مأزوما، فانحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي جعل من الفضاء الالكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلي واقعا حقيقيا خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الالكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات.

كما شهدت السنوات الأخيرة ظهور عدة تصورات عن دور الإعلام في حياه الأفراد، وكشفت بذلك عن الطبيعة المركبة للإعلام، وتداخل الأدوار التي يقوم بها في مجتمع المعلومات، خاصة بعد أن تخلق بالفعل مجتمع اتصالات (أو ما يسمى المجتمع السبرنطريقي Cybersociety)، وهي التسمية التي تطلق علي شبكة الاتصالات (الانترنت) التي تتسم بوجود تخيلي أو افتراضي، ولكنه حقيقي من حيث وجوده وتأثيره، وتعتمد تلك الشبكة علي الوسائل الالكترونية، أما أطرافها فهم مستخدمو شبكة الانترنت.

وقد شهدت مصر مؤخرا حدثا هاما وهو ثورة 25 يناير، تلك الثورة الشعبية السلمية التي انطلقت يوم الثلاثاء 25 يناير 2011، وهي تعد ثورة كبرى غير مسبوقة في التاريخ المصري بأكمله، بل هي إحدى أكبر الثورات في العالم، وشهدت الثورة والفترة التي تليها العديد من الأحداث الهامة، والتي تنافست في طرحها وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أو ما يطلق عليه البعض وسائل الإعلام البديل. وأكد خبراء



وصحافيين مهتمين بالإعلام الرقمي أن الثورات العربية هي انفجار ديمقراطي غذته روابط الإنترنت، فقد شهدت الثورة المصرية مشاركة ما يقارب 5 ملايين مدون في مصر وحدها، وكان لموقعي التواصل الاجتماعي الشهيرين فيس بوك وتويتر والمدونات حضوراً واضحاً في نقل وقائع الثورة.

وتؤدى شبكة الإنترنت دورا كبيرا في تغيير وجه الحياة السياسية في مصر في الفترة الماضية، وقد تجلى هذا الدور في الإعداد والحشد والتنفيذ لإنجاح ثورة 25 يناير التي ستظل علامة فارقة في تاريخ مصر على مر العصور، والتي كان من أبرز ثمارها الانتخابات الرئاسية 2012.

ولان الانترنت أصبح لغة العصر لتسويق الحملات الانتخابية فقد أصبح موضوع الدور السياسي للإنترنت محل اهتمام عدد كبير من الباحثين والحكومات والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني في كل أنحاء العالم، إلا أن ذلك لم يشهد اهتماما مماثلا من الباحثين المصريين ومن الهيئات السياسية.

فبدءا من الانتخابات الرئاسية الأمريكية التي أجريت عام 1992 تم استخدام الانترنت كسلاح انتخابي من قبل عدد كبير من السياسيين في أقطار مختلفة منها المملكة المتحدة واستراليا وألمانيا وإيطاليا وفرنسا واليابان وكوريا الجنوبية، نتيجة لذلك أصبحت الحملات الانتخابية عبر الانترنت مجالاً للبحث.

فقد أدرك القائمون على السياسة أن الانترنت أفضل وسيلة لنقل آرائهم للمواطنين كما هي، دون زيادة أو نقصان وبعيداً عن انتقاء وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون لنقاط معينة في برامجهم السياسية، فعن طريق الانترنت يتمكن المرشح السياسي من أن يتواصل مع الجماهير مباشرة دون الحاجة إلى طرف ثالث، فضلا عن انه يؤثر على إدراك المشاركين للمرشحين وعلى مستويات التوافق مع سياساتهم ويضيف

Iyengar. إلى ذلك عدم انتظار تقديم الحملة كما في وسائل الإعلام التقليدية وإنما يستطيع مستخدم الانترنت الحصول على المعلومات في أي وقت يريده.

ويعتبر أوباما أول رئيس في التاريخ يحقق الفوز على منافسيه منذ الحملة التمهيدية للانتخابات الرئاسية بفضل توظيفه الجيد لتكنولوجيا المعلومات وفي مقدمتها شبكة الإنترنت الذي لعب دورا نشطا وغير مسبوق في حشد المؤيدين والمتطوعين في صفوف المرشحين من مستخدمي الإنترنت لتنظيم أنفسهم وتمويل الحملات وتوسيع دوائر علاقاتهم واتصالاتهم ونشر أخبار مرشحهم المفضل.

وقد نجح موقع أوباما في جذب مزيد من المستخدمين مقارنة بموقع ماكين، حيث وصلت عدد زيارات المستخدمين لموقع الحملتين 72% لصالح أوباما بنهاية شهر أغسطس 2008 مقارنة بـ28% لماكين، كما أن أوباما لديه ما يزيد على 1.7 مليون صديق على فيسبوك وأكثر من 500 ألف على ماي سبيس مقارنة بماكين الذي لديه نحو 300 ألف صديق على فيسبوك ونحو 87 ألف فقط على ماي سبيس. ويوفر موقع باراك أوباما صفحتي "My Barek Obama" و "My BO" وهما خدمتان نشطتان تتيحان للمستخدمين كتابة الشخصية في شكل مدونات وعمل profile للتعريف بأنفسهم وإضافة روابط لمجموعات أو شخصيات مناصرة لحملة الديمقراطيين<sup>(10)</sup>.

فالانترنت بوصفه قناة إعلامية جديدة يمثل أهمية كبرى لدى مستقبلي المعلومات الانتخابية وبصفة خاصة لدى الذين يصوتون لأول مرة، ولدى الشباب بصفة عامة.

## إشكالية إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت

لقد أصبحت إستطلاعات الرأي العام من أهم وسائل معرفة آراء الناس إزاء كافة قضايا المجتمع في الداخل وفي الخارج، وأحد آليات الإصلاح الديمقراطي والسياسي، وبالرغم من بعض العيوب التي قد تكتنف بعضها إلا أنها لا تعطي مبرر لمقولات المنع والتخويف التي تتبناها معظم الحكومات العربية وبعض مثقفي السلطة في الوطن العربي قبل وبعد ما يسمى بثورات الربيع العربي.

وكما أن ظهور إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت خلال العديد من المواقع الاليكترونية الاخبارية العربية علي إختلاف أنواعها لا تعكس غالباً الرأي العام، بل رأي أقلية نشطة سياسياً أو شرائح من الرأي العام في الوطن العربي القادر من الناحيتين المالية والتعليمية علي إستخدام الانترنت، ويضاف الي ذلك أن بعض الافراد النشطين سياسياً قد يؤثرون في نتائج هذه الاستطلاعات من خلال قيام كل منهم بالتصويت أكثر من مرة، بالإضافة الي أن بعض المواقع العربية والاجنبية تضع أسئلة غير كافية حيث تكتفي بسؤال واحد قد لا يكون كافياً، فضلا عن أن إختيار توقيت طرح السؤال وصياغته وأسلوب تحليله تظل طي الكتمان ولا يكشف عنها، ولا توجد أي رقابة أو ضوابط مهنية أو أخلاقية علي إجراء هذه الاستطلاعات.

ومن ثم لا بد من الاسراع بمناقشة قضايا الرأي العام العربي وقياسه علي أوسع نطاق، مع الانطلاق من مسلمة الاقرار بحرية إجراء استطلاعات الرأي العام، والتجاوز عن حالة الخوف المرضي أو التخويف من مخاطر قياسات الرأي العام، ومن مخاطر التمويل الاجنبي وغيرها من الاوهام الرائجة.

بالإضافة الي هذا فقد شكك مراقبون وخبراء في مجال الاعلام والسياسة من تواصل عمل العديد من المراكز والمؤسسات العاملة في مجال إستطلاعات الرأي العام في مصر

بشأن الانتخابات البرلمانية والرئاسية بشكل منتظم في فترات ما بعد ثورة 25 يناير، متسألين عن الاهداف الكامنة خلف هذه الاستطلاعات ومن وراء تمويلها<sup>(11)</sup>.

كما يروا أن هذه الاستطلاعات ليست لها تقاليد حقيقية في مصر، بل هي محاولات لقياس الرأي في مصر بل أن هناك تساؤلات تلحق بهذه المحاولات حول الاهداف التي تحكم بعض الجهات التي تقوم بهذه الاستطلاعات، وبعضها لها صلة بالنظام السابق والبعض الاخر له صلة بتوجهات إقليمية علي الاقل بشأن الذين يشرفون عليها.

وتنفذ هذه الاستطلاعات من أجل الرغبة في توجيه بوصلة الناخبين المصريين نحو مرشح بعينه قد تجعل جهات محددة تقف وراء هذه الاستطلاعات للوصول الي نتائج محددة.

بالاضافة الي تساؤل هام يطرح في هذا السياق وهو من يدير هذه الاستطلاعات؟ هل هي الاجهزة الامنية بالبلاذ من أجل تلميع مرشح بعينه في توجه عام لابراز أن هناك مرشحين مؤهلين للاعادة مثل مرشح تيار السلام السياسي في الانتخابات الرئاسية عقب ثورة 25 يناير، وعمرو موسى مرشح مدني بحيث تأتي الاعادة تنحاز القوي المدنية لعمرو موسى لكي يصبح رئيسا للجمهورية.

وتتعتمد وسائل الاعلام في تناولها لاستطلاعات الرأي العام علي الحذف أو الاضافة من النتائج، وإغفال المنهجية والسياق الموضوعي، وأحيانا تشكك فيه وتتناوله بالسلبيات فقط، وهو ما يشوه إستطلاعات الرأي ويشكك في مصداقيتها. كما تقوم بعض الصحف والمواقع الاليكترونية بإجراء مقابلات مع عدد من الشخصيات في شكل تحقيق صحفي، ثم تخرج بمانشئات وتسمي هذا إستطلاع رأي عام، ثم نفاجيء بعد فترات متتالية بسيل من إستطلاعات الرأي العام في الصحف والمواقع الاليكترونية لا تمت بصلة للمفهوم العلمي حول نجم الرياضة أو الفن أو السياسة لهذا العام كما

كان يحدث في عهد الرئيس السابق حسني مبارك الذي كان دائما هو وزوجته وأبنائه وأحفاده يحصلون علي الترتيب الاول في إستطلاعات الرأي العام الصادرة عن مجلس الوزراء، كما أن هذه الاستطلاعات كانت تخرج بنتائج تشير - علي غير الحقيقة - برضاء الشعب عن أداء حكومة عاطف عبيد وأحمد نظيف رؤساء الحكومة السابقين.. وكان الناس تتساءل من يتحدث بأسم الرأي العام؟ فالجميع أصبحوا أوصياء علي الرأي العام، فلا بد من إعادة صياغة العلاقة بين وسائل الاعلام والرأي العام، حتي لا تفقد هذه الاستطلاعات مصداقيتها<sup>(12)</sup>.

فعلي سبيل المثال فقد أجريت إستطلاعات للرأي العام في العراق بعد أيام قليلة من سقوط نظام صدام حسين للتعرف علي مواقفهم من هذا النظام، كما أجريت قياسات لاراء العراقيين في ظل عدم توافر الحد الادني من الاستقرار الامني، وأظهرت بعض النتائج تأييدا غير منطقي لاستمرار الاحتلال، الامر الذي جعل العديد من المراقبين والخبراء يشككون في عمل مراكز إستطلاعات الرأي في معظم البلاد العربية وجدواها ومصداقيتها..

كما أن الصحف في الدول المتقدمة كأوروبا وأمريكا عندما تجري مثل هذه الاستطلاعات فأنها تعتمد علي المنهج العلمي الصحيح من خلال وحدة دراسات خاصة بها أو بالتعاون مع مراكز إستطلاع رأي، وهو ما يكسبها المصداقية في الخارج.

كما أن هناك خلط بين الاعلام والرأي العام فيما يتعلق بإهتمامات الطرفين، حيث أن وسائل الاعلام قد لا تعبر بالضرورة عن الرأي العام في الشارع، كما أن أولويات وسائل الاعلام تختلف عن أولويات المواطن المصري. والعلاقة بينهما عرجاء، فقد تسمح لوسائل الاعلام أن تضع أجندة الاولويات في المجتمع وهو ما يستوجب وجود بحوث ميدانية تعكس أولويات المواطن، يأتي هذا في الوقت الذي ينظر الرأي العام أو أفراد الشعب في الدول النامية الي إستطلاعات الرأي العام بالريبة وعدم الاكتراث أو

المصدقية فيه، ربما نتيجة سنوات القهر والذل والتخلف التي عاشتها هذه الشعوب قى ظل حكام طغاة ولا يعبأون بما يريد شعوبهم، بعكس المجتمعات فى الدول المتقدمة كالدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية التى ينظر حكامها والشعوب لأستطلاعات الرأى بشكل قوى إيجابى ويضعون رأى أى مواطن هناك نصب أعينهم عند إتخاذ القرار..

ويرى البعض أن حالة الانفجار الاعلامى التى شهدها الاعلام المرئى الفضائى، أدت الى عوامل إيجابية منها نسف جبل الكتمان فى المجتمع المصرى الذى ظل جائئاً طوال العقود الماضية فى ظل حكم العسكريين للبلاد قبل ثورة 25 يناير، إلا أن هذا الانفجار ليس له أدبيات تحكمه أو ميثاق قوى يضبطه، لذا فإن القنوات الفضائية أحياناً تجرب مع المشاهد وأحياناً تجرب عليه، حيث أن هذا الانفجار قد صاحبه رغبة حقيقية لدى الدولة بإحتياجات الرأى العام<sup>(13)</sup>.

## مراجع الفصل الاول

1- محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989).

2- سامى طايح، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001).

3- سلوي العوادلي، استطلاعات وبحوث الرأي العام، مذكرات غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2004

4- رباب رأفت الجمال، دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا التحول السياسي في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الـ18 لكلية الاعلام جامعة القاهرة (1-3-7-2012)

5- أشرف جلال، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر-تونس-ليبيا-سوريا-اليمن)، بحث مقدم لمؤتمر الـ18 لكلية الاعلام جامعة القاهرة (1-3-7-2012)

6- رباب رأفت، مرجع سابق

7- أشرف جلال، مرجع سابق

8- المرجع السابق نفسه

9- محمد هاشم، حسن نيازي، دور الانترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية 2012، دراسة منشورة في مؤتمر الـ18 لكلية الاعلام جامعة القاهرة.

10- مني ضياء ومدحت عادل، الاعلام يشوه إستطلاعات الرأي العام، تحقيق منشور في جريدة

اليوم السابع، 10-11-2009

11- المرجع السابق

12- المرجع السابق

13- المرجع السابق



## الفصل الثاني



### ماهية الرأي العام



## مقدمة في الرأي العام:

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في توعية و تثقيف الجماهير، بما يدور من أحداث ومجريات في مختلف أنحاء العالم، وعلى جميع الأصعدة، ولاشك بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي وصلت إليه وسائل الإعلام بدخول الإنترنت والأقمار الصناعية، التي حوّلت العالم إلى قرية كونية صغيرة جداً، يتداول سكانها المعلومات والخبار بسهولة ويسر وبسرعة فائقة، من هنا أصبحت وسائل الإعلام مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بسياسات الدول، بل هي في كثير من الأحيان تمثل منبراً للآراء، تبث من خلاله الحكومات والأحزاب السياسية المختلفة آرائها وأفكارها وتصوراتها لقضايا وأحداث معينة، حتى تستطيع إيصالها للجمهور ومن ثم التأثير على الرأي العام.

كما أن المناخ السياسي السائد يؤدي دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام خاصة في وجود مؤسسات للمجتمع المدني تتيح للرأي العام المشاركة في إتخاذ القرار السياسي، كالأحزاب والجمعيات الأهلية وغيرها من المؤسسات المجتمع المدني.

كما أن طبيعة النظام السياسي القائم وحجم الحرية المتاح للرأي العام وتعدد مؤسسات المشاركة التي تسعى للحصول على تأييد الرأي العام، وعدم وقوع وسائل الإعلام تحت سيطرة الحكومة يتيح هامشاً كبيراً من الحرية، وبسبب ذلك يكون المواطنون على درجة عالية من الوعي السياسي مما يترتب عليه أن يتكون الرأي العام على أساس المناقشات العميقة وفي حرية تامة، كما أنه يتسم بالعمق والاستنارة والعقلانية<sup>(1)</sup>. وبسبب وجود قنوات اتصال إيجابية بين الرأي العام والحكومة، واستجابة الأخيرة لإتجاهات الأول يكون هناك نوع من الرضى العام مما يساعد على الاستقرار السياسي ويجعل السلطة معبرة عن الإرادة العامة للشعب وممثله له.

وعلى العكس من ذلك - في النظم الشمولية - أو الأوتقراطية العقائدية تكون حرية الرأي غير متوفرة، ولا توجد تعددية سياسية، وبالأخص في الأحزاب، وإنما هناك حزب واحد يكون له إحتكار السيطرة الكاملة ليس فقط على السلطة السياسية، وإنما أيضاً على أجهزة الاتصال الجماهيرية حيث يتم إستخدامها طبقاً لمسارات فكرية تحددها العقيدة السياسية لغرس الأفكار والآراء في النفوس، ولا يسمح بوجود الرأي الآخر، وبسبب ذلك كله فإنه لا يكون هناك رأي عام معلن ولكنه كامن يخشى التعبير الصريح والظاهر عنه<sup>(2)</sup>. ولا يمكن إعتبار الرأي العام ظاهرة حديثة طرأت على المجتمع المصري أو المجتمعات الاخرى النامية أو المتقدمة في العصر الحديث، وإنما هي ظاهرة قديمة للغاية، فقد عرفتها مدن اليونان القديمة وإختبرت سطوتها، وشاع إستخدامها في العقود الزمنية الفائتة خلال القرن العشرين، حتى أن البعض أطلق على هذا القرن مسمى قرن الرأي العام<sup>(3)</sup>، حيث تعد هذه الظاهرة من أبرز الظواهر التي تتسم بها المجتمعات المتقدمة والمجتمعات التي تسعى الي تغيير واقعها المرير في الدول النامية ودول العالم الثالث السائرة نحو التقدم والتطوير مثل مصر وتونس وليبيا وموريتانيا واليمن والبحرين والجزائر وغيرها.

بالإضافة إلى وجود عوامل عديدة ساعدت علي أن يزداد نفوذ الرأي العام وبيان أهميته وقوة تأثيره في المجتمع المعاصر<sup>(4)</sup> مثل نشأة المدن وقيامها، وظهور التجمعات الجماهيرية الكبرى، والتيارات الحزبية والفكرية المختلفة، وقيام العديد من الأحداث الهامة مثل الثورة الصناعية والثورة الفرنسية وقيام النظم الديمقراطية التي ساعدت على بروز الرأي العام، والتوسع في حق الانتخاب وتحرير المرأة من قيودها وكذلك العبيد والتوسع النسبي في الحريات وإنتشار التعليم والحد من نسبة الأمية على مستوى العالم، ونشوب الحروب الدولية وما ترتب عليها من نشاطات دعائية، والتقدم العلمى في قياسات الرأي العام وظهور وسائل المواصلات والاتصالات الحديثة مثل شبكة المعلومات الدولية الانترنت والفيس بوك واليوتيوب، والتويتير وغيرها من الوسائل

التفاعلية الحديثة بين الناس التي ساعدت علي قيام العديد من الثورات الشعبية التي أطاحت بالحكام المستبدين مثل الانتفاضة الشعبية في تونس التي أطاحت بالحاكم التونسي زين العابدين بن علي في منتصف يناير 2011 والانتفاضة الشعبية التي قام بها الشعب المصري يوم 25 يناير 2011 التي أطاحت بالرئيس حسني مبارك ونظامه الفاسد، وقيام الثورة الليبية يوم 17 فبراير عام 2012 للمطالبة بإسقاط نظام القذافي الذي ظل 43 عاما يحكم البلاد وإستخدام القذافي فيها الطائرات الحربية لقمع معارضيه وقتل الشعب الليبي الذي خرج في المظاهرات ليعبر عن رأيه ويحدد مصيره وتم له ما أراد وقتل القذافي ونجح في ثورته، والتطور المستمر لهذه الوسائل الاتصالية الحديثة حتى أصبح العالم - وفقاً لرأى عالم الاتصال الكندي مارشال ماك لوهان - قرية عالمية صغيرة جداً، ونحن نراها الآن غرفة صغيرة جداً، يمكن معرفة كل أبناء العالم المختلفة في لحظات قليلة ونحن جالسون في البيت جالسون علي الاريكة أو في المكتب أو في غرف النوم ونحن مستلقين علي ظهورنا دون عناء.

فالكلمة المذاعة تدور حول الكرة الأرضية سبع مرات ونصف في الثانية، وقد ربطت الأقمار الصناعية العالم وألغت المسافات والحوجز بين الدول تماماً فلم يعد المنع أو الحجب للمعلومات يصلح علي الاطلاق في هذا الوقت.

ويتفق الخبراء والمفكرون على أهمية الرأى العام بإعتباره قوة حقيقية شأنه شأن الريح له ضغط وثقل عظيم ولكن لا تراه، وهو كالريح لا تمسك بها ولكنك تتحنى لها الرأس وتطيع، خاصة مع الثورة والتطوير المستمر في وسائل الاتصال الحديثة والتكنولوجية المتطورة<sup>(5)</sup>.

ولقد أصبح للرأى العام هوية خاصة ومعنى جديد، ينشأ عن الظروف الثقافية والاجتماعية والسياسية للمجتمع الذي يمثله الرأى العام، الأمر الذي دفع بالمحققين

والمفكرين إلى تناول هذا الموضوع ودراسة أبعاده المختلفة وطرح النظريات والرؤى المتنوعة بشأنه.

وعلى الرغم من كون ظاهرة الرأي العام ظاهرة جديدة في هذا عالم، والتي أصبحت بحق تشكل أحد الظواهر التي تؤثر على المسار اليومي للدولة وللظواهر الأمنية المرتبطة بها، إلا أن الأضواء سلطت عليها بإعتبارها علماً مستقلاً في إطار العلوم الاجتماعية - السياسية، وذات جذور تاريخية عميقة، جرت الإشارة إليها في الدراسات والأبحاث التي تناولت الديمقراطية لدى الكثير من الحضارات، وأما اليوم فقد تدخلت عوامل ومؤثرات جديدة في هذه الظاهرة وطرحت تعاريف حديثة عنها، وفي طليعة هذه العوامل وأهمها من حيث التأثير عليها، إنتشار وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على نطاق واسع جداً، وسهولة الاتصالات وتنوع أجهزتها التي جعلت العالم كله بمثابة بيت أو مبني واحد من حيث سرعة الاتصالات وإنتشار الأخبار، وإرتفاع مستوى التعليم في المجتمع مع إزدياد عدد المتعلمين والمثقفين وتنوع الأساليب التي تبعث الحياة والحركة في المجتمع وفي الأبعاد والمجالات المختلفة<sup>(6)</sup>.

هذه العناصر تمنح المجتمع طاقة جديدة وحركة إجتماعية وسياسية وثقافية تعتبر في حقيقة الأمر إنعكاساً لإرادة أفراد المجتمع، وهي ما يسمونها اليوم بالرأي العام وتوجهاته نحو إتجاه ما. ومن البديهي أنه في الأنظمة القائمة على أساس إرادة وإختيار الشعب وتتبنى مبدأ المشاركة السياسية وتوسع نطاقها، تتجلى ظاهرة الرأي العام بشكل أكثر شفافية وتكون أكثر جدية، بل أن معظم المفكرين السياسيين يرون أن هذه الظاهرة هي ملك خاص للمجتمعات التي تتمتع بالمشاركة السياسية من قبل جميع الاتجاهات والتيارات.

وعلى الرغم من إننا لا نستطيع أن ننفي وجود الرأي العام في المجتمعات غير الديمقراطية، إلا أن من الواضح أيضاً أنه كلما كانت المشاركة الشعبية في الحكم أكثر وأوسع، كان الرأي العام ذا معنى أعمق وحقيقة شاخص لا يمكن أن ينكر وجودها أحد<sup>(7)</sup>.

وحيث أن ميزة التغيير في المجتمعات من الميزات الرئيسية فإن ظاهرة الرأي العام تتغير بأشكال وصور مختلفة تبعاً لهذا التغيير.

وتعد ظاهرة الرأي العام أحد الميادين الرئيسية لعلم السياسة، وعادة ما تدرج ضمن ديناميات الحياة السياسية Political Dynamics ففي مؤتمر دولي نظمه اليونسكو عام 1948 لتحديد موضوعات هذا العلم، تم تحديد الأخير بأربعة موضوعات أو فروع رئيسية هي: النظرية السياسية، والاحزاب السياسية وجماعات المصالح والرأي العام، والعلاقات الدولية.

وتزداد أهمية الرأي العام ودوره سواء في النظم الديمقراطية أو غيرها، مع زيادة أهمية المواطن العادي في عملية صنع السياسة، إذ أن المجتمع السياسي في الواقع المعاصر، وبصرف النظر عن طبيعة نظامه السياسي، يحاول أن يرضي بل وأن يتملق هذا الرجل العادي، مما يجعل الأخير أحد عناصر (مدخلات) عملية صنع السياسة ولو في الامد القصير<sup>(8)</sup>.

## مفهوم الرأي العام

تتعدد وتنوع تعريفات ظاهرة الرأي العام نظرة لأهميتها في المجتمعات البشرية المختلفة. حيث يقال في معني الرأي العام بأن هذا الشخص (إرتأى) الشيء: أي أبصره. ويقال: إرتأى في الأمر، وإرتأى رأيا في الأمر، (الرأي): الاعتقادُ والعقلُ والتدبيرُ والنظرُ والتأمل، ويقال: رأيتَه رأياً العين: حيث يقع عليه البصر. والرأي عند (الأصوليين): هو إستنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة<sup>(9)</sup>. وعلى هذا الأساس فالرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير يمكنها التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة.

ويري الدكتور حامد قويسي بأنه يمكننا فهم "الرأي العام" كمفهوم إجتماعي يعبر عن تشكل إتجاهات التفكير وإتخاذ المواقف والتعبير، وأيضا كمفهوم سياسي يعكس علاقة المجتمع والدولة. وأنه يمكن فهم الرأي العام من خلال إقترايين<sup>(10)</sup>:

الأول: تمييز مفهوم "الرأي العام" عن المفاهيم المقاربة والمشابهة والمتداخلة مثل: الميول السياسية، والاتجاه السياسي، الموقف السياسي، الحكم السياسي، الحشد العام. وبالتمييز بين "الرأي العام" و"الاتجاهات أو الميول" و"الفعل السياسي" أو السلوك، والأحكام؛ فالرأي العام يختلف عن الاتجاه والميل؛ ففي حين يكون الأول معلنا ومعبرا عنه نجد أن الثاني إستجابة داخلية مبكرة.

والرأي دليل على وجود الاتجاه أو الميل، ولكن العكس ليس حتميا؛ فالميل لا يشترط أن يتحول إلى رأي يتم الإفصاح عنه؛ فما يميز الرأي العام عن الرأي الشخصي هو درجة العمق والاستقرار، والتراكم الجمعي، ثم العلانية.

ووصف "العام" يعني أنه يقوم على أساس قضية معينة تخضع للنقاش العقلاني، في حين أن مفهوم الحشد الجماهيري يتميز بوحدة التجربة الوجدانية، لكنها قد تكون



ظرفية وعشوائية، أو تكون من جهة أخرى موجهة وغير حرة أو عقلانية؛ كما في نماذج "التعبئة السياسية" في النظم السياسية السلطوية.

ويصح السؤال هو: كيف يمكن ضمان إستقلال الرأي العام عبر عملية تشكل مدنية، ترتبط بنمو الحركات الاجتماعية وفعاليتها؟ وعبر توظيف ما تقدمه ثورة الاتصالات والمعلوماتية والاستفادة منها في فهم ما يجري في السياسات العالمية، وأيضا إستكشاف كيف يمكن - رغم هذه الإمكانيات الاتصالية- أن تفلح دولة ما في خلق نوع من "الحشد الجماهيري" لتأييد العمل العسكري في السياسة الخارجية كأسلوب للتعامل مع الأزمات ولزيادة التأييد السياسي، وزيادة فرص الفوز في الانتخابات، في حين يتسم النظام السياسي بالليبرالية، وهي من تحديات فهم كيفية تطور وتشكل الرأي العام بشكل معقد ومركب.

الثاني: يعتبر مفهوم الرأي العام من المفاهيم المتعددة والمتنوعة في الاتجاهات حيث أن قبول وجهة نظر واحدة من بين وجهتي نظر متعارضتين أو وجهات نظر كثيرة متعارضة، على حين أن كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها العقل الرشيد بوصفها وجهة النظر الوحيدة الصادقة والتعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ<sup>(11)</sup>.

ويعرف البعض الرأي العام علي أنه حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية<sup>(12)</sup>.

والرأي العام أيضا هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو

موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الاجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به<sup>(13)</sup>.

والرأي العام هو مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات إجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية، إزاء نشاط الطبقات والأفراد، وهو كذلك وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات<sup>(14)</sup>.

والرأي العام هو إتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة، وهو الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس، كما يعرف بأنه إصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة<sup>(15)</sup>.

#### ومن التعريفات الأجنبية والعربية للرأي العام منها:

تعريف "جلت"، وهو أحد علماء الرأي العام الأجانب الذي ذهب على أنه فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة<sup>(16)</sup>.

وهذا التعريف يقف عند مرحلة الفهم فقط وليس إبداء الرأي وظهور إتجاهات معينة لدى الجماهير تحدد ما تريده بالضبط. علاوة على أنه مفهوم يتصف بالعمومية.

وهناك تعريف "بونج" للرأي العام على أنه الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعى ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة. وهذا التعريف ينقصه الوضوح والتحديد ولا يعطى تعريفاً شاملاً للرأي العام<sup>(17)</sup>.

كما يعرف "أولبورت فلويد" الرأي العام على أنه تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة معينة أو شخص معين أو إقتراح ذي أهمية واسعة بحيث تكن نسبة المؤيدين أو المعارضين، ودرجة إقتناعهم وثباتهم وإستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطرق مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع الذي هم بصدده<sup>(18)</sup>.

ويري مختار التهامي أن الرأي العام هو: "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً"<sup>(19)</sup>.

ويقصد الدكتور تهامي في تعريفه السابق بأغلبية الشعب أى أن الرأي الذى ينبغى أن يؤخذ في الاعتبار هو رأى الأغلبية، ولن يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية.

ويعرف الدكتور محمد عبد القادر حاتم الرأي العام على أنه: الحكم الذى تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات إعتبار ما. ويأخذ الدكتور عاطف عدلى العبد على هذا التعريف أن الحكم مرحلة تالية للرأى العام اليومى الذى لا يصل إلى درجة الحكم<sup>(20)</sup>، والرأى العام - كما يري البعض من الخبراء - يعني قبول وجهة نظر واحدة من بين وجهتي نظر متعارضتين أو وجهات نظر كثيرة متعارضة على حين أن كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها العقل الرشيد بوصفها وجهة النظر الوحيدة الصادقة والتعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ<sup>(21)</sup>.

كما يعني الرأي العام حكم عقلي يصدر عن جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو سلوك من السلوكيات أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

ويعني الرأي العام أيضا الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الاجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به<sup>(22)</sup>.

ويري البعض أن الرأي العام يعبر عن إتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة، وهو الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس<sup>(23)</sup>.

بينما يشير الرأي العام في الإسلام إلى إتجاهات جماهير المسلمين نحو قضية تهتم هذه الجماهير في وقت ومجتمع معين بعد مشاوره وحوار ونقاش يحكمه كتاب الله وسنة رسوله<sup>(24)</sup>.

لذا فهناك إتفاق إلى حد كبير بين علماء السياسة والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس الاجتماعى والاتصال على أهمية وجود الرأي العام في المجتمع، مع التسليم بأن حق الانسان في التعبير عن رأيه بحرية تامة من حقوق الانسان الطبيعية التي منحه الله إياها ومن ثم لا يمكن لأي أحد أن ينتزع هذا الحق منه.

و بعد هذه التعريفات المختلفة للرأي العام، نحن نرى أن الرأي العام هو الرأي الذي يستحوذ على قبول آراء أغلبية أفراد المجتمع على إختلاف أطيافهم ومستوياتهم العمرية والتعليمية والثقافية والدينية داخل الدولة، تجاه قضية معينة تمس مصالحهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة خلال فترة أو فترات معينة من الزمن.

شهد النصف الثاني من القرن التاسع عشر تطورات عديدة في شتي مجالات الحياة الاجتماعية في أوروبا نتج عنها أن أصبح الرأي العام صاحب السلطة الحقيقية، ومن هذه التطورات الثورة الصناعية والنمو والتضخم السكاني في شتي بقاع العالم، والتقدم العلمي والتكنولوجي، وإرتفاع مستوي التعليم، وزيادة الحراك الاجتماعي بين الطبقات والشعوب، والانفتاح علي العالم نتيجة إستخدام وسائل الاعلام وإنتشارها، الامر الذي جعل هناك مساهمات للشعوب في إتخاذ القرارات التي تخصها أو ترتبط بمصيرها في تزايد مستمر، وأصبحت السلطة في يد الرأي العام يمنحها ويسلبها من ما يري<sup>(25)</sup>.

وعلي الرغم من حاجة كل النظم السياسة الي قوة وتأييد الرأي العام إلا أنه من المتعارف عليه أنه كلما زادت جرعة أو حجم الديمقراطية داخل النظام السياسي للمجتمع، زادت درجة حاجته وإعتماده علي الرأي العام، ففي المجتمع الديمقراطي نجد الاعتماد الكلي علي عمليات إستخدام مستمرة للمعلومات والافكار التي ترد إليه من بيئته المحلية والخارجية، وذلك داخل أجهزة صنع القرار، حيث تعتبر هذه المعلومات أحد المدخلات الاساسية للنظام وتعبر عن مطالب وإهتمامات ومساندات الرأي العام، وبعد الوصول الي القرار وإتخاذه، يتم نقله الي من سيتعاملون مع القرار وينتظر أن يستجيبوا له، وفي المقابل فإن النظم غير الديمقراطية مثل الدول النامية ودول العالم الثالث التي تعكس مطالب وإهتمامات الرأي العام وفقا لذلك، فالنظام السياسي يشمل التفاعلات التي تتم بين السلطة السياسية والمواطنين وتسمح بصنع القرارات التي يقوم المواطنين بتنفيذها، وذلك كله في إطار مجموعة من القواعد والاجراءات والمؤسسات والفلسفات التي تحكم عمل الطرفين<sup>(26)</sup>.

ولذلك فإن الرأي العام ظاهرة قائمة في كل المجتمعات علي الرغم من إختلاف طبيعة ودرجة فعالية الرأي تبعا لأيدولوجية النظام القائم وتوجهاته، فمن غير وجود

هذه الظاهرة والاعتراف بقوتها وسطوتها، ما سعت كل الحكومات بإختلاف أنظمتها الي معرفة توجهات الرأي العام ومدى قوته.

كما أن قياسات الرأي العام في الدول الديمقراطية تلعب دورا هاما في رسم بعض السياسات أو تعديلها أو ربما إلغائها، وتهتم وسائل الاعلام بهذه العمليات فتسلط عليها الاضواء، وتأتي بكبار المحللين لشرح نتائجها، وتتصدر هذه التحليلات نشرات الاخبار في الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة كما في الصفحات الاولى من الصحف.

يضاف الي ذلك أن أهمية الرأي العام للنظم السياسية أدت الي قيام مراكز متخصصة لقياسه خاصة في الدول الديمقراطية، حيث يوجد بكل مركز قسم خاص يعرف بقسم الرأي العام في كل وقت إزاء مختلف القضايا وإستخلاص نتائجها وتحليل مؤشراتها ودلالاتها وفق قواعد معينة. وعلي الرغم من الاهتمام العالمي بقياس الرأي العام إلا أن مصر كانت تخلو حتى وقت قريب من تلك المراكز المتخصصة نظرا لقلّة الوعي بأهميته وظروف تاريخية وحضارية<sup>(27)</sup>.

بالاضافة الي أن تقنين العلاقة بين الرأي العام وصانعي القرارات يؤدي الي خلق التفاعل الطبيعي بين إهتمامات وقضايا الرأي العام وقرارات السلطة السياسية، الامر الذي يضمن الحفاظ علي الاستقرار السياسي والاجتماعي من ناحية وإحداث التغييرات المجتمعية من ناحية أخرى.

وبداية من النصف الاول من القرن التاسع عشر، بدأت تتبلور قوة وأهمية الرأي العام، ولم يستطع مؤرخ أو باحث أن يتجاهل وجود قوة سياسية وإجتماعية تدعي الرأي العام سواء كان يقرها أو ينكرها، لذلك فالرأي العام قد نجده في داخل دائرة إهتمام جميع التخصصات، مثل السياسة والاقتصاد والنواحي الاجتماعية والنفسية وعلماء المناهج... الخ، كل له إسهاماته ووجه نظرة في تلك الظاهرة، مما أوجد

تعارضاً في بعض الأحيان في حصيلّة النتائج التي تسفر عنها الدراسات في كل مجال<sup>(28)</sup>، ونظراً لإختلاف الانتماءات التخصصية والاتجاهات الأيديولوجية، إلا أن هذا التعدد والتعارض، أدي في الوقت نفسه إلى إعطاء صور متنوعة ومتكاملة للظاهرة، وأتاح فرصة التمايز والتنوع بين النتائج مما أدي إلى الوقوف على كافة المتغيرات والعوامل المؤثرة في الرأي العام.

## وظائف الرأي العام

تتعدد وتتنوع الوظائف التي يقوم بها الرأي العام داخل المجتمع وهناك أعباء ووظائف كثيرة تقع على عاتق الرأي العام ويتكفل بها ومن هذه الأعباء والوظائف نذكر منها الآتي:

### 1- الرأي العام مرآة تعكس أخلاق المجتمع وأفعاله:

يعد الرأي العام - بحق - المرآة التي تنعكس من خلالها قيم المجتمع وسلوكيات أفراده وأخلاقياته ومثله، وهذه المسؤولية يتكفل بأعباءها الرأي العام في كل مجتمع.

يقول "ماكس وجال" في ذلك: (إن الرأي العام هو أحد العوامل الأربعة الكبرى التي تحمل المثل الخلقية بجانب):

أ: القوة

ب: العادات والتقاليد

ج: العقل

والرأي العام يعتبر بهذا أقوى سند للأخلاق، والدعامة التي يمكن أن تحتمي بها المثل والأخلاق في المجتمع، إذ أن الرأي العام سيرفض بلا شك - أي تصرف لا أخلاقي يمكن أن يصدر من قبل أي فرد من أفراد المجتمع، كما أن الرأي العام سوف يضع في الدائرة الحمراء من ينتهك المثل الأخلاقية للمجتمع الإسلامي فيكون ذلك الفرد بمعزل عن المجتمع<sup>(29)</sup>.

وقد تجلت آثار هذا الأمر في المقاطعة الاجتماعية التي أمر بها الرسول (صلى الله عليه وسلم) لأولئك الذين تخلفوا عن الجهاد مع رسول الله (صلى الله عليه وسلم) في إحدى غزواته حين صاروا



درساً لكل من تسول له نفسه مخالفة القيم الإسلامية، فقد وصف القرآن الكريم الحالة النفسية المتردية التي كان يعيشها أولئك المتخلفون جراء مقاطعة المجتمع لهم قائلاً:  
(حتى إذا ضاقت عليهم الأرض بما رحبت وضاقت عليهم أنفسهم..).

فكان الرأي العام إذن وسيلة رادعة لكل من يحاول مخالفة القيم الإسلامية وتجاوزها ولكنه ليس من نوع تلك الوسائل والسبل العقابية التي تستخدم في ردع المخالفين وكفهم عن غيهم، وإنما يعد وسيلة سلمية يلتجئ إليها الإسلام تجاه مخالفيه. وهذا يرد زعم البعض من أن الدين الإسلامي الحنيف هو دين العنف، دين العصا الغليظة إزاء من يخالف أحكامه.

كما ورد في الحديث الشريف عن رسول الله (ص) قوله:

(من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان). صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم.

## 2- دعم الهيئات والمنشآت الاجتماعية والاقتصادية:

أما الوظيفة الثانية التي يتكفل بها الرأي العام فهي دعم الهيئات والمنشآت الاجتماعية والاقتصادية، فمن المعروف أن الهيئات والمنشآت المتقدمة الذكر لم تكن قد أسست لنفسها وإنما كان الغرض من تأسيسها وإقامتها هو المجتمع الذي ما لم تحصل على تأييده مادياً - بالنسبة للمنشآت الاقتصادية - ومعنوياً - بالنسبة للهيئات الاجتماعية فسوف لن يكتب لها الاستمرار.

فالمنشأة التي لا يسندها الرأي العام يصعب عليها أن تحصل على ما تريد من الدعم المالي والأدبي الذي يؤيده الرأي العام.

### 3- دعم الجماهير معنوياً وبث النشاط والحيوية فيها:

فالحفاظ على الروح المعنوية من الأدوار الرئيسية المنوطة بالرأي العام، وكلما كان تأييد الرأي العام لقيم الجماعة قوياً، خلق في تلك الجماعة روحاً معنوية عالية، بخلاف ما لو كان تأييد الرأي العام لقيم الجماعة تاييداً ضعيفاً، أو فيما لو أنقسم الرأي العام على نفسه إلى رأيين عامين يناقض أحدهما الآخر أو يصاده فإن الروح المعنوية ستكون بلا أدنى شك ضعيفة ومدننية.

إذن فتأييد الرأي العام أمر أساسي إذا أريد أن تكون هناك روح معنوية عالية ومما يقوي الروح المعنوية في الشعب الاتفاق على الأهداف، والعزم الأكيد على تحقيقها.

هذا بالنسبة للرأي العام بصورة عامة، ولم يكن الإسلام قد جاء بخلاف هذا فيما يخص دور الرأي العام في تقوية الروح المعنوية للجماعة.

كما ورد عن رسول الله (ص) قوله: (المسلم للمسلم كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضاً). ومن المعلوم أن الأنظمة البشرية تعتبر رأي الأغلبية محوراً ومقياساً تعرف من خلاله الخطأ من الصواب، وتميز بين الحق والباطل، فهل يتخذ الدين الإسلامي من رأي الأغلبية مقياساً للحق كذلك كما هو الحال في الأنظمة البشرية أم انه يختلف معها في ذلك؟ مجرد سؤال. والاجابة عليها قد تكون:

إذن فالرأي العام ليس هو المقياس للحق دائماً، بل يعد مقياساً ما دام لم يجانب ويخالف تلك المصادر، أما لو خالفها فلا قيمة له في الإسلام<sup>(30)</sup>.

فالبشر قابل للخطأ وتتحكم في آراءه ومواقفه الظروف المختلفة الذاتية والاجتماعية.

## الرأي العام ودوره في مراقبة الحكام:

يقوم الرأي العام في العصر الحديث بدور هام - طوال الوقت - بمراقبة سلوكيات الحكام وأفعاله حيال كافة القضايا المجتمعية الداخلية والخارجية من خلال المجالس التشريعية والنيابية وسائل الاعلام المختلفة. وان كان ذلك يحدث في المجتمعات المتقدمة فقط، بينما هذا الدور لم يتضح بعد في المجتمعات النامية. ففي مصر مثلاً نجد المجالس التشريعية والنيابية والمحلية كان يسيطر عليها الحزب الوطني الذي يتزأسه رئيس الدولة حسني مبارك منذ 30 عاماً ووسائل الاعلام الكبرى تقع تحت سيطرته، حيث أن وزير الاعلام يتم إختياره من قبل الرئيس وكذلك باقية الوزراء ورؤساء تحرير الصحف الحكومية التي تمتلكها الدولة عبر مجلس الشوري، وهذا الامر تغير الي حد كبير بعد ثورة 25 يناير التي أطاحت بمبارك ومعظم أفراد نظامه البائد.

ولقد مارس الرأي العام دوره في مراقبة الحكام في صدر الإسلام، ولقد كان الرسول (ص) - كثيراً ما يحث المسلمين على ممارسة دورهم في مراقبة الحكام وابداء الرأي في القضايا التي تهم المسلمين، وليس ذلك إلا درس عملي يعلم المسلمين من خلاله ضرورة مراقبة الحاكم، وإلا فالرسول (ص) لم يكن بحاجة إلى من يراقبه وهو الذي يقول عنه كتاب الله:

(وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحي يوحى)، سورة النجم الآيات رقم (3)، (4).

فإذا (ما راجعنا كتب السيرة لرأينا أن سيرة الرسول المقدسة مليئة بالشواهد الدالة على تأييده ودعمه (ص) لمبدأ الشورى والعمل به فكثيراً ما كان يردد على أصحابه قوله: (أشيروا علي أصحابي).

ففي غزوة أحد مثلاً كان رأي الرسول (ص) وجماعة من أصحابه هو البقاء في المدينة المنورة وعدم الخروج منها، ورغم أن النتائج أسفرت فيما بعد عن صحة وسداد

رأي الرسول (ص)، ولكن بما أن آراء الأكترية إستقرت على الخروج فقد وافقهم الرسول (ص) على ما أرادوه وتحمل من أجل ذلك ما تحمل من المصائب الجليلة.

لذلك فإن السكوت إزاء ما يقوم به الحكام على فرض إنتهاجهم سلوكيات خاطئة لا يخلف غير تمادي الحاكم الظالم في غيه، وطغيانه بخلاف ما لو مارس الرأي العام دوره في الضغط على الحاكم لتعديل سلوكه<sup>(31)</sup>.

## أنواع الرأي العام:

تتعدد أنواع الرأي العام فيما يلي<sup>(32)</sup>:

### أولاً: الرأي العام من حيث عمق التأثير والتأثر:

ويقسم البعض الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر إلى:

#### 1- الرأي العام القائد أو المسيطر:

ويتولى هذا الرأي داخل المجتمع وظيفة القائد الذى يقود ويثقف ويوجّه ويرشد الناس، ويتكون من صفوة القوم من المتعلمين والمثقفين.

مثل: الصحفيون والاعلاميون والكتاب والسياسيون وأساتذة الجامعات والعلماء... وهؤلاء لهم أهداف معينة يحرصون على إقناع الشعب بها ويبدلون فى سبيل ذلك جهداً ليس فى سبيل أو مقدور المواطن العادى بذله بما لهم من قدرة على الإقناع والتأثير.

#### 2- الرأي العام القارئ أو المثقف:

وهو الرأي الذى يمثله أنصاف المتعلمين والمثقفين، وهو رأى يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه.

مثال: الحاصلون على شهادات متوسطة أو تعليم متوسط ورجل الشارع وقارئ

الصحف الذين يجمعون من المعلومات والآراء ما يمكنهم من فهم وسائل الإعلام.

### 3- الرأى العام المنقاد:

يتكون هذا الرأى من السواد الأعظم من الشعب الغير قادرين على مواصلة الإطلاع والبحث ومعرفة الأحداث وأصحاب هذا الرأى ينقادون لما يوجهه لهم أفراد الرأى المستنير والرأى العام القارئ، وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية، ويتقبل الشائعات. ويتشكل عادة هذا النوع من الأكتريية من الشعب التى نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة. ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض فى وسائل الاتصال العامة المقروءة والمسموعة والمرئية والإليكترونية مثل المدونات والفيس بوك على الإنترنت والمواقع الإخبارية على النت.

### ثانياً: الرأى العام من حيث عنصر الزمن:

ويقسم إلى:

#### 1- الرأى العام الدائم:

هو الرأى الذى يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة، حيث يتصل إتصلاً قوياً بالأشياء الثابتة فى الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد. ولا تؤثر فى هذا الرأى الاحداث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادراً لأنه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع.

#### 2- الرأى العام المؤقت:

وهو الرأى الذى يتشكل بصورة مؤقتة حسب ظروف وأحوال معينة وينتهى بإنتهاء هذه الظروف والأحوال. مثال: الرأى الذى تمثله الأحزاب السياسية، والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة.

### 3- الرأى العام الیومی أو المتقلب:

وهو الرأى الذى يتشكل بصورة یومیة، وتعیش علیه الصحف الیومیة حیث یتأثر بالأحداث الیومیة أكثر من غیره.

مثال: تعیش الصحافة الإخباریة المثیرة على الرأى العام الیومی، فهى تتلقف الأحداث الیومیة وتجعل منها العناوین العریضة الضخمة بعرض الصحیفة لجذب القراء.

### ثالثاً: الرأى العام حسب أنواعه :

وینقسم إلى:

#### 1- الرأى الشخصى:

وهو الرأى الذى یكونه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله وإتصاله مع المجتمع. وهو الذى یعبر عن وجهة نظره دون أن یخشى من الجهر به شیئاً، كأن یشارك به فى مؤتمر أو ندوة ما.

#### 2- الرأى الخاص:

وهو رأى الفرد أيضاً ولكنه یرید أن یحتفظ به لنفسه ولا یبوح به خشية تعریض نفسه للضرر. ویستخدمه فى التصویت السرى فقط.

رابعاً: الرأي العام من حيث التقسيم الكمي:

وينقسم إلى:

1- رأي الأغلبية: وهذا الرأي يمثل رأى أكثر من نصف الجماعة.

2- رأي الأقلية: وهذا الرأي الذي يقل عن نصف الجماعة.

3- الرأي الساحق: وهذا الرأي يمثل حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة

وهو ليس رأى الأغلبية، إنما رأى قريب من الإجماع، حيث يقترب من التقاليد والعرف والعادات الاجتماعية.

4- الرأي الإئتلافي: وهو رأى جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهات والتي تجمعت لتحقيق

هدف معين تحت ظروف خاصة.

خامساً: الرأي العام من حيث التواجد:

وينقسم إلى:

1- رأى عام موجود بالفعل: هو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر آثاره في

التعليقات والمناقشات.

مثال: الندوات والمناقشات والمؤتمرات والمناظرات التي تجرى بين المرشحين.

2- رأى عام متوقع وجوده :



وهذا الرأى لم يكن موجوداً أصلاً ولكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث أو المشاكل. حيث تلعب مراكز بحوث الرأى العام دوراً هاماً فى التنبؤ بالرأى العام المتوقع خاصة فى الدول المتقدمة الديمقراطية.

مثال: تزوير الانتخابات العامة كما حدث فى تزوير إنتخابات برلمان 2010 فى مصر، ومثال آخر: ظاهرة التعذيب فى السجون، ومثل: الاعتداء الاسرائيلي على الفلسطينيين

سادساً: الرأى العام من حيث درجة الظهور:

وينقسم إلى:

1- الرأى العام الظاهر: وهو الرأى العام المعبر عنه، ويظهر فقط فى الدول الديمقراطية حيث يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.

2-الرأى العام الكامن:

وهو الرأى غير الظاهر ومن ثم غير المعبر عنه ويظهر فقط فى دول الحكم الديكتاتورى. مثل: معظم الدول العربية والافريقية.

وهذا الرأى قد يتحول إلى ظاهر فى الحالات التالية:

أ- إزدياد إتجاه الناس نحو قضية معينة لا يمكن كتمانها، هنا يظهر الرأى العام وينطلق استجابة للعامل السيكولوجى لديهم.

مثال: إنتفاضة الجماهير عام 1977 ضد النظام الحاكم بسبب إرتفاع سعر رغيف العيش قرش صاغ، وأطلق عليها إنتفاضة الحرامية في عهد الرئيس الراحل محمد أنور السادات.

ب- رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي مثل: موافقة الحكومة والرقابة على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور من قبل.

مثال: إنتقاد رئيس الجمهورية في الصحف والمجلات وعلى شاشات الفضائيات في مصر في عهد الرئيس مبارك لم يكن متاحاً في عهد الرئيس عبد الناصر والسادات.

سابعاً: الرأي العام من حيث النطاق الجغرافي:

وينقسم إلى:

1- **الرأي العام المحلي:** وهو الرأي السائد في شارع أو قرية أو مدينة أو ولاية أو محافظة ما مثل رأي محافظة الاسكندرية أو شارع الملك فيصل في الجيزة.

2- **الرأي العام الوطني أو القومي:** وهو الرأي الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها، وتستند إلى السلطة القائمة مثل الرأي المصري في قضية الوحدة الوطنية.

3- **الرأي العام الإقليمي:** وهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحدث حولها الجدل والنقاش.

مثال: الرأي العام الأفريقي، الرأي العام الآسيوي، الرأي العام الخليجي، الرأي العام الأوروبي.

4- الرأي العام العالمي: وهو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية

معينة.

مثال: رأى مجموعة شعوب الدول الاشتراكية، رأى مجموعة شعوب الدول الرأسمالية،

مثل رأى دول مجلس الامن. لذلك فهو رأى شعوب وليس رأى حكومات.

وزادت أهمية الرأي العام العالمي بعد إنتشار وسائل الاتصال الحديثة والبت المباشر بالأقمار

الصناعية والدعاية المبتكرة التى لجأت إليها الدول المتحاربة، بين الحربين العالميتين اللتين شهدهما القرن العشرين.

لذلك كلما زاد عدد الشعوب المتحررة من نير الاستعمار إزداد الرأي العام العالمي قوة وتأثيراً

وفعالية.

وهناك عدة تصنيفات أخرى للرأي العام أهمها:

- الرأي العام المسيطر وهو رأى القادة والزعماء والحكومات.

- الرأي المنقاد وهو رأى السواد الأعظم من الناس.

- الرأي العام المستنير وهو رأى الطبقة المثقفة في المجتمع.

وهناك مفهوم "قادة الرأي العام" بوصفه إطاراً تحليلياً متسعاً يشمل أولئك الذين في مقدرتهم

التأثير في آراء الآخرين أو تغيير رؤيتهم للقضايا المختلفة بإعتبارها عملية تتكون من عدة مراحل

متواصلة يكمل بعضها البعض الآخر: (المشكلة، والاقتراحات والحلول)، ومراحل تتطور من "الرأي"

حتى نصل إلى القرار السياسي الذي هو محط إهتمام التحليلات السياسية بإعتباره أرقى أشكال

التعبير السياسي الجماهيري.

## مراجع الفصل الثاني

- 1- ناهد صالح، الموضوعية والتحيز في قياس الرأي العام. التصميم والاختيار المتميز لعينات الرأي العام، (القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثالث والثلاثون. العددان الأول والثاني، يناير - مايو 1996) ص 164.
- 2- فاروق يوسف أحمد. الرأي العام والعلاقات العامة والاتصال بالجمهور. (القاهرة: مكتبة عين شمس 1988)، ص 72: 75.
- 3- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2005).
- 4- محمد عبد القادر حاتم، ديموقراطية الاعلام والاتصال (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1996).
- 5- محمد عبد القادر حاتم، الاعلام في القرن الكريم، (القاهرة: مكتبة الاسرة، 1998).
- 6- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2009).
- 7- المرجع السابق نفسه.
- 8- عاطف العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- 9- محمد عبد القادر حاتم، الاعلام في القرن الكريم، مرجع سابق.
- 10- أحمد بدر، الرأي العام، مرجع سابق.

- 11- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، (القاهرة: مكتبة الأنجلو، 1969).
- 12- إسماعيل على سعد، الاتصال والرأى العام، مبحث فى القوة والأيدولوجية، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1979).
- 13- المرجع السابق نفسه.
- 14- عاطف عدلي العبد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- 15- إبراهيم إمام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مرجع سابق.
- 16- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.
- 17- مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الاليكترونية فى الرأى العام، ورقة مقدمة لمؤتمر القاهرة لأمن المعلومات، (القاهرة: 2-4/6/2008).
- 18- المرجع السابق نفسه.
- 19- المرجع السابق نفسه.
- 20- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.
- 21- أحمد أبو المجد، البحث الاجتماعى، (سرس الليان: مركز التربية الأساسية فى العالم العربى، 1959).
- 22- مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الاليكترونية فى الرأى العام، مرجع سابق.

- 23- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال والاعلام، مرجع سابق.
- 24- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- 25- أحمد بدر، أصول البحث العلمى ومناهجه (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982).
- 26- المرجع السابق نفسه.
- 27- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاعلام والاتصال، مرجع سابق.
- 28- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، مكتبة غريب، القاهرة، 1977.
- 29 - جمال مجاهد، مرجع سابق.
- 30- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.
- 31- إبراهيم أمام، مرجع سابق.
- 32- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.

## الفصل الثالث

---

### مقومات الرأي العام





يؤكد الخبراء أن الرأي العام في أي بلد من البلدان له مقومات مستمدة من تاريخه وظروفه البيئية المتنوعة<sup>(1)</sup> ومعرفة هذه المقومات تساعد على إستنباط الاتجاهات المحتملة للرأي العام بالنسبة لموضوع معين، ويمكن من التنبؤ بالاتجاهات المحتملة عند طرح موضوع ما، وتحدد الدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية والشعبية حيالها وأهم هذه المقومات<sup>(2)</sup>:

### 1- العادات والتقاليد والقيم المتوازنة:

تعكس العادات والتقاليد والقيم المتوازنة طبيعة النظام الاجتماعي السائد في مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد في المجتمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة.

حيث تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبيدييات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي، وقد تشمل هذه المعتقدات نواحي أخلاقية وإجتماعية كانت مثار جدل في أزمنة سابقة ثم إنتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع، فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة.

ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي وتشكيله.

ويطالب المفكر الإعلامي مختار التهامي بعدم الخلط في دراستنا للرأي العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة، وبين الرأي العام، فالرأي العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش بعكس المعتقدات العامة التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير ولم تعد مثار نقاش عام.

وفي العصر الحديث يلاحظ أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق بينما اتسعت دائرة الرأي العام وشملت كثيراً من الأمور التي كانت محرمة على

النقاش مثل سفور المرأة وتعليمها وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام - خاصة الفضائيات - التي مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتعارض أحياناً.

بالرغم أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة، إلا أن لها - وخاصة العادات السيئة منها - تأثيراً كبيراً جداً وبالغ الخطورة على الرأي العام.

ذلك أن الفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، فقد يؤيد الرأي العام - في دولة ما - سلوكاً معيناً وفي مسألة معينة، كما قد يعارضه في مسألة إخرى وفي ذلك يقال مثلاً أن الرأي العام ضد هذا السلوك.

وقد يعنى ذلك أن هذه المعارضة الظاهرة أو الكامنة لا تتفق وعادات المجتمع.

فالفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، بل إن هناك بعض الجهات التي تتقن إستغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام وتوجيهها يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

كما أن وسائل الإعلام مسئولة عن دحض هذه العادات والتقاليد وإقتلاعها من جذورها، وشرح سياسة الحكومة حيالها والملابسات المتباينة التي تمس مصالح الجماهير من قريب وتحتم الإقلاع عن هذه العادات والتقاليد البالية والترويج للقيم والعادات المفيدة مثل قيمة العمل وقيمة الادخار ومواجهة بعض الجهات ذات المصالح الخاصة التي تجيد إستغلال القيم والعادات المتوارثة لتوجيه الرأي العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فلقد إستطاع الاستعماريون أن يتقنوا فنون السيطرة والتحكم عن طريق دراساتهم للعوامل الحضارية

المختلفة والمقومات الثقافية في كل أمة، وإستطاعوا على ضوءها أن يمزقوا الأمم شيعاً ويفتتوا الشعب الواحد شعوباً متنافرة<sup>(3)</sup>.

فلقد أقام الاستعمار المعاهد المتخصصة لدراسة الشعوب المستهدفة والتعرف على ثقافتها وطابعها القومي لإستخدام ذلك في التأثير على الرأى العام في تلك البلاد وتدريب كبار الساسة الاستعماريين والجواسيس ورجال المخابرات الذين يستخدمهم في تحقيق أهدافه في تلك البلاد، عن طريق معرفة محتوى الثقافة من قيم وتقاليد ومعتقدات تمكن الاستعمار من تمزيق الشعوب شيعاً وزرع الاسافين في جماعاتها المختلفة وأعضاء ثقافتها الفرعية.

## 2- الدين

يعتبر الدين من أبرز مقومات الرأى العام ومن المسلمات التى لا تقبل الجدل ولا تدّخل في مجال الرأى العام<sup>(4)</sup>.

و لقد لعبت الأديان - وما تزال - أدواراً مؤثرة وهامة في حياة الأمم والجماعات على إختلاف معتقداتها وأديانها، بإعتبارها قوى ذات تأثيرات معنوية وروحية وثقافية.

وتعود جذور الدور المؤثر والفاعل للدين إلى قرون طويلة سابقة فلقد لعبت الكنيسة دوراً أساسياً في حياة الكثير من الشعوب وفي مختلف البلاد التى إنتشرت فيها المسيحية، وخاصة في أوروبا حيث كان لها دور فاعل في الشئون الروحية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

كما لعب الدين الإسلامى الحنيف دوراً بارزاً في حياة الشعوب التى إعتنقته منذ فجر الدعوة الإسلامية قبل أكثر من أربعة عشر قرناً وحتى يومنا هذا، وظهر تأثيره في مختلف الشئون الحياتية للمسلمين، أمة ودولة، وتشريعاً ومنهاج حياة، بإعتبار أن

الدعوة الإسلامية لم تقتصر على الشؤون العبادية فحسب بل يصل تأثيرها إلى كل الشؤون الروحية والحياتية.

كما يعتبر الدين أحد مقومات النظام الثقافي، فالدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل، وجوهر الدين يبقى ثابتاً لا يتزعزع إلا أن الدين - كما يرى البعض - قد يستخدم استخداماً سيئاً كأن يعبأ به البسطاء من المتدينين ويلهب حماسهم لخدمة غرض معين فيتحول الإيمان إلى عصبية مثل الاغراض السياسية في الانتخابات من خلال خلط الدين بالسياسة.

مثال: الحروب الصليبية الأوروبية في القرون الوسطى بين الشرق والغرب، والتوسع الاستعماري الأوروبي بحجة تحقيق رسالة الجنس الأبيض في نشر المسيحية وسيادة العالم والحركة الصهيونية والاستعمارية، ومنها الادعاء بالحق الإلهي المقدس للملوك وبأن الملوك خلفاء الله في الأرض.

ولقد إهتم الدين الإسلامي بالرأى العام، ونشطت الدعوى الإسلامية لكسب ميول الرأى العام نحو الإسلام في ربوع الأرض المختلفة دون تهديد أو إرغام، وأكد على حرية الرأى وحرية العقيدة ودعا الجماهير للتعبير عن آرائهم ومن معالم اهتمام الإسلام بالرأى قوله عز وجل في سورة آل عمران الآية (159) "وشاورهم في الأمر"، وقوله في سورة الشورى الآية 38: "وأمرهم شورى بينهم" وجاءت المساجد مع الإسلام كمنابر للرأى العام وتوجيهه ولتضامن المسلمين وتآلفهم ولكي يتدارسوا فيها شؤون دينهم ودنياهم<sup>(5)</sup>.

ويقول الدكتور عبد القادر حاتم في كتابه القيّم: "الرأى العام وتأثره بالإعلام والدعاية " أن الدين يفرض نفوذاً أوسع حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدراً

من مصادر الرأي العام، فالاستشهاد بآية قرآنية أو بأحاديث شريفة يخلق الاقتناع ويثير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف<sup>(6)</sup>.

### 3- التربية والتعليم:

تلعب المؤسسات التعليمية والتربوية كالمدارس والمعاهد والجامعات في تكوين الرأي العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث إتجاهه وقوته.

فالمدرسة تأتي بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ في سنوات أعمارهم الأولى، فهي على أقل تقدير تدعم إتجاهاتهم وآرائهم التي إكتسبوها من العائلة.

ويساعد التعليم الطفل على التفكير، وكلما إزدادت معرفته إتسع أفقه بما يمكنه من التحرر من جهات النظر وخبراته السابقة التي أصبحت تختلف مع وجهات نظره الجديدة.

ويرى بعض الخبراء في مجال الاتصال أن الاتجاهات السائدة في التعليم تؤثر تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأي العام داخل الدولة خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية أو إذكاء روح التعصب، ذلك أن النشئ لا يستطيع في المرحلة الأولى من حياته أن يعمل عقله للتمييز بين الحق والباطل. والنتيجة المحتملة لذلك أن يكبر النشئ وتكبر معه بعض أنماط من السلوك وألوان التعصب والتحيز التي تبلغ في النفس مبلغ العقيدة واليقين، لطول ما تلقاها وتلقنها وقرأها خلال سنوات حياته المدرسية<sup>(7)</sup>.

وهكذا يشب جيل أو أجيال كاملة من الرجال والنساء المؤمنين بطائفة من الأفكار والشعارات التعصبية المتحيزة التي رسخت في نفوسهم وعقولهم وبلغت منها مبلغ العقيدة التي لا تقبل المناقشة والتفكير.

وقد حذر الخبراء من تعود الجهات المشرفة على التعليم في الدولة، وتعود الأيديولوجيات الموجهة له، إذ أن معنى ذلك التعداد إعداد جيل متنافر في التفكير والاتجاهات والأهداف تنافراً يشبه - إلى حد كبير- ذلك الذي يقع بين الأحزاب ذات المصالح الطبقية المتباينة، فلقد قرأت أجيالاً كاملة من شباب مصر تاريخها الوطني على غير حقيقته، وصور لها الأبطال في تاريخها تائهين وراء سحب من الشك والغموض بينما وضعت هالات التمجيد والإكبار من حول الذين خانوا كفاحها، كما لقت أجيالاً متعاقبة من شباب مصر أن بلادها لا تصلح للصناعة ولا تقدر عليها.

#### 4- النظام السياسي السائد:

فالنظام السياسي السائد داخل الدولة يلعب دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام، وهناك نوعان من الانظمة:

#### أولاً: النظم الديمقراطية:

ففى النظم الديمقراطية تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المخالف للحاكم علانية وبالنسبة للمسائل العامة دون خوف، ويظهر هذا في البلاد المتقدمة الكبرى وبعض الدول النامية مثل لبنان ومصر.

وتتعدد في هذه النظم التنظيمات السياسية خاصة الأحزاب السياسية المتنافسة ذات البرامج المعلنة التي توضح موقفها بالنسبة للمشكلات العامة، وتقدم بدائل الحلول لها. حيث يسعى كل حزب منها للحصول على تأييد الرأي العام لبرنامجهم ووجهة نظره عن طريق ما يقدمه من بيانات وحجج وبراهين تؤيد ذلك سواء كان حزباً حاكماً أو معارضاً.

والحياة الحزبية في بيئة لا يسودها مناخ حرية وشفافية وإنفتاح وتختلط فيها قيم التحديث بموروثات المجتمعات المختلفة كالعشائرية والعائلية والولاءات

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

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام، طمعاً في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، وتلجأ هذه الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيقها مثل<sup>(8)</sup>:

1- العمل على تنمية الوعي السياسي لدى الجماهير.

2- عرض الحقائق كاملة على الرأي العام حتى يستطيع أن يكون وجهات نظره الصائبة تجاه تلك الأحداث.

3- استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام وذلك في شرح السياسة الحكومية ومحاولة صياغة الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تتفق مع الصالح العام.

4- الاهتمام بإستطلاع الرأي العام: حيث تزداد معاهد ومراكز قياس الرأي العام في الدول الديمقراطية مما يمكن الحكومات الديمقراطية من دراسة اتجاهات الرأي العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها.

5- توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية للقيام بدورها في العمل السياسي وخاصة مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الأهلية والنقابات المهنية.

### ثانياً: النظم غير الديمقراطية:

ففي النظم غير الديمقراطية نجد أن النظم التسلطية التي تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب، وتتحكم في آرائهم، وتحد من حقوقهم وحررياتهم وتحاول فرض نظام سياسي أو مذهبي معني على الشعب دون قبول

معارضة من أحد، ومن أمثلتها نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من دول العالم الثالث المتخلفة التي تدعى تطبيق الحكم الديمقراطي.

وهي في الواقع بعيدة كل البعد عنه، لأسباب عديدة منها الضغط والتسلط والتحكم الذي تفرضه هذه النظم الديكتاتورية الحاكمة على جماهير الشعب من كبت للحريات وتقييد للرأى العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يساير أهداف هذه النظم ومبادئها.

وتقوم الدولة الديكتاتورية بدعاية قوية، لا تتورع فيها عن إستخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتضليل والتهويل من خلال سيطرتها علي الاعلام، فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب.

والنتيجة في هذه الحالة هي خلق رأى عام "مصنّع" أو مفتعل يكون في العادة فجاً ومنتسماً بالسذاجة والغفلة، مثلما كان الرأى العام في ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية إبان الحرب العالمية الثانية وقبل نشوبها بعدة سنوات.

وهذا يؤدي حتماً إلى سلبية الرأى العام في الدولة إذ يحل محله "الخوف العام" أو السخط العام"<sup>(9)</sup>.

## 5- الزعامة:

يلعب عنصر الزعامة دوراً كبيراً في قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها وإتجاهاتها وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة.

والزعيم الحقيقي هو الذى تتمثل وتتركز فيه آمال الشعب وأحلامه وتطلعاته، والذى يستمد قوته من إدراكه لرغبات شعبه ومطالبه واحتياجاته، فهو التجسيد الحى لمشاعر الجماهير.



لذلك فأهمية الأدوار التي يلعبها الزعماء في توجيه الرأي العام في مجتمعاتهم لا يمكن التشكيك فيها.

وهناك أنواع للزعامة وهي<sup>(10)</sup>:

### 1- القائد أو الزعيم الفكري:

وهو الذى يسيطر فى عالم الأفكار، ويتمتع هذا الزعيم عادة برؤية واسعة ويضع خطط المستقبل للجماعة ومن أمثلتهم: جاليليو، وداروين، وجوته.

### 2- القائد أو الزعيم الإدارى:

وهو القائد الذى يقول ليفعل، مثل رجال الأعمال والساسة، وربما يبعد مثل هذا القائد عن رؤية وجهات النظر الأخرى.

### 3- الزعيم الرمزي:

وهو الذى يمثل رمزاً فقط مثل ملكة بريطانيا تملك ولا تحكم، أو رئيس جمهورية الهند أو رئيس إسرائيل "شيمون بيريز"

### 4- زعيم الدعوة أو الإثارة:

ويتبنى هذا الزعيم عادة إحدى القضايا حيث يقود حملات سياسية مكثفة للدفاع عنها. ويكون لهؤلاء الزعماء مقدره فائقة على الاستمالة والاقناع كما أن دعايتهم تكون مؤثرة للغاية.

وهناك تصنيف آخر للزعامة وتقسم إلى<sup>(11)</sup>:

### الزعامة الدينية:

وهي زعامة روحية خالصة، حيث يعتبر الانبياء والرسل أروع مثال لها، إذا تستوعب رسالتها مخاطبة العقول وتبليغ رسالة السماء التي تدعو الى المحبة والاخاء والمساواة والسلام والعدل والرحمة والحرية.

ويمتاز الزعماء الدينيون بقوة المنطق والاخلاق الحميدة والبلاغة الشديدة والصفاء الذهني وسمو الروح والبعد عن المطامع الشخصية.

### الزعامة السياسية:

هناك زعامات سياسية كان لها تأثير على الرأي العام مثل "مهاتيم غاندي" الزعيم الهندي، والرئيس الراحل جمال عبد الناصر، و"باتريس لوممبا" الزعيم الافريقي الذي تحدى الاستعمار المهيمن على بلاده و"نلسون مانديلا" و"شارل ديغول" الزعيم الفرنسي السابق.

والقائد الطاغية - مثلا - يصل الى الحكم عادة في أوقات الأزمات العنيفة وبخاصة الازمات الاقتصادية، حيث يشيع اليأس وتحين الفرصة لكي يتقدم هذا القائد الانتهازي الى الامة، ويستولى على قيادتها بالأمانى والوعود المعسولة وسرعان ما ينقلب ويفصح عن أمره ويحكم الامة بالحديد والنار ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته الانانية أو رغبة أسياده المختفين وراء الستار.

## 6- التجارب والأحداث الهامة:

فالتجارب التي تخوضها الشعوب - وبخاصة التجارب التي مازالت حية في أذهان الأجيال المعاصرة - لها تأثير كبير في توجيه الرأي العام للشعب، كما تستفيد بعض الشعوب من تجارب البعض الاخر.

فتجربة الشعب المصري المريرة مع الغرب هي التي تجعله لا يثق فيه، مثل الترحيب بقرار تأميم قناة السويس عام 1956، وتجربة الشعب المصري مع العدوان الاسرائيلي هي التي تعوق تنفيذ إتفاق السلام بين مصر وإسرائيل وتقف حجر عثره في طريق التطبيع.

لذلك فإن الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للتجارب والأحداث الكبرى، كما أن الأحداث الخطيرة، تحول الرأي العام من النقيض الى النقيض في فترة قصيرة، فالأحداث أقدر من الخطب والكلمات المذاعة بالراديو والتلفزيون على تكوين الرأي.

**مثال:** كان إغراق السفينة الحربية (إيلات) على يد البحرية المصرية حدثا هاما ومقدمة للحدث الأكبر: الزلزال الذي حول الرأي العام من حالة الخوف والتمزق الى حالة الثقة والكرامة ونصر اكتوبر 1973.

**مثال آخر:** إنتصار اليابانيين على روسيا عام 1905 قد أيقظ أوروبا وحطم أسطورة الرجل الأبيض.

**ومثال:** كان فوز نجيب محفوظ بجائزة نوبل للأداب حدثا هاما أيقظ العالم كله وبدأ الرأي العام العالمي يعرف أن من بين العرب نجيب محفوظ وأحمد زويل.

ومثال آخر: انتحار الشاب الجامعي التونسي "بوعزيزي" بعد أن حرقت الشرطة سيارة الخضار التي إستأجرها لبيع عليها ويتكسب، كانت السبب في قيام الثورة التونسية والاطاحة بنظام حكم بن علي.

#### 7 - الثورات الكبرى:

تعتبر الثورات الكبرى من الأحداث التي تترك أثارا لا تمحى في حياة الأمم وتاريخها وذاكرتها مثل ثورة 23 يوليو 1952 و ثورة 25 يناير 2011. ويؤدى نجاح ثورة من الثورات غالبا الى إمتداد المناخ الثورى الى البلدان المجاورة.

مثال: قيام الثورة التونسية ثم بعدها الثورة المصرية ثم الثورة الليبية ثم اليمنية والسورية وكلها ثورات ضد أنظمة الحكم الفاسدة فيها .

مثال آخر: لقد واجهت الثورة الفرنسية مواقف عدائية من الأنظمة الملكية المجاورة. مثل آخر: حوربت الثورة البلشفية غداة إندلاعها - ليس من أعدائها الداخليين، الذين تلقوا مساعدات من الخارج، بل من الأنظمة الرأسمالية القريبة منها والبعيدة عنها، لذلك فالثورات تحرك الرأى العام في البلد الثائر لتحقيق الأهداف التي طالما سعى اليها وامن بها، وهى عادة أهداف ذات جذور اقتصادية واجتماعية وتاريخية عميقة.

#### 8- المناخ الأقتصادي:

الايوضاع الأقتصادية لها تأثير كبير على نظام الأسرة وعلى الطبقات الأقتصادية وعلى نسق القيم فى المجتمع وعلى تشكيل نظامه السياسى.

ويرى بعض الخبراء أن تأثير العامل الاقتصادى هو أقوى محددات الرأى العام على الأطلاق، وأن هناك عوامل اخرى مؤثرة قد يكون السبب فى ضعف العامل الاقتصادى ووقوع الأفراد تحت الضغوط المتعارضة عند تكوين آرائهم كأن تتطلب مصالح الفرد الاقتصادية تأييد رأى معين ضد قيم المجتمع أو معتقداته. وهناك علاقة بين الرأى العام والعامل الأقتصادى<sup>(12)</sup>.

فكثير من الآراء المعلنة فى الحياة الخاصة والعامة قد تكون مدفوعة الثمن ويظهر ذلك واضحا فى النفاق الاجتماعى الذى يقوم به المسئولين للحكام فى البلدان النامية وفى الدعاية الانتخابية وفى بيع الأصوات فى الانتخابات.

كما أن الأفراد يتأثرون فى تكوين آرائهم بمصالحهم ومصالح الجماعة أو الجماعات التى ينتمون إليها، حيث تلون المصالح والحاجات للفرد والموضوعات بما يتماشى معها.

كما أن طبيعة الأفراد - خاصة فى الدول النامية - الانشغال طوال اليوم بالعمل من أجل البقاء أحياء والبحث عن رزق، وليس لديهم الوقت أو الجهد اللازم لمناقشة المشاكل العامة، ويترتب على هذا نقص فى الوعى وعدم مشاركة فى الحياة العامة يجعلهم لا يمثلون عنصرا فى تكوين الرأى العام فى بلادهم.

يؤثر إختلال الأوضاع الأقتصادية داخل الدولة وتعرضها للأزمات الأقتصادية من بطالة ومجاعة وتضخم وإنخفاض فى القيم الشرائية وندرة فى الإنتاج على إتجاهات الرأى العام.

فالجوع مرشد سئ للشعوب، والشعب الجائع لا يمكن أبدا أن يستخدم العقل أو يفتنح بالمنطق، ويكون لقمه سائغة فى أيدي محترفى السياسة<sup>(13)</sup>.

كما أدرك الاستعماريون والاحتكاريون تمام الإدراك أثر الأزمات الاقتصادية الحادة في الانحراف بتفكير الرأى العام، فكان إستخدامهم لسلاح المقاطعة والحصار الأقتصادى ومنع المعونات فى حربهم ضد الدول النامية التى تنتهج سياسة تحريرية لا يرضون عنها.

## 9- المناخ الثقافى والاعلامى والفنى

إن المناخ الثقافى والفنى والاعلامى الذى يعايشه الإنسان طفلا وصببا ويافعا ورجلا يؤثر تأثيرا بالغا على تشكيل عقله وتفكيره، وما لم يكن هذا مناخا صحيحا سليما يغذى الناس بالمعلومات والأفكار والقيم والمشاعر السليمة، ويفتح أفاقها ويرى ذوقها ويشحن إرادتها ويرتفع بدوافعها، فلم يمكن بأى حال أن يسود المجتمع رأى عام سليم وصحيح يقاوم الانحراف وينبذ الأنانية والتعصب ويدفع عجلة التقدم والبناء.

ولذلك ينبغى على الدارس فى ميدان الرأى العام أن يحدد نوع الجماهير التى يدرسها ونوع الزاد الثقافى والفنى والاعلامى الذى تتزود به، لكى يستطيع أن يتبين: هل هى جماهير مراهقة مضللة، وسريعة الانقياد، تحكمها الغرائز والعواطف؟ أم هى جماهير صلبة إعتادت على النقاش والجدل وتقليب أوجه الأمور؟ قبل تكوين أرائها والأنحياز الى جانب من الجوانب.

## مكونات الرأي العام

ويشترك في تكوين الرأي العام - أيضاً - مختلف الهيئات والتنظيمات الشعبية والنقابية والحزبية عن طريق طرح أفكارها واتجاهاتها والدعوة إليها، بمختلف الوسائل التي تؤدي الصحافة والوسائل السمعية والبصرية دوراً في نشرها وتعبئة الرأي العام وتوجيهه من خلالها<sup>(14)</sup>:

### 1- مؤسسات المجتمع المدني

المفهوم المستقر للمجتمع المدني يقوم على أساس أنه مجموعة المؤسسات والفعاليات والأنشطة التي تحتل مركزاً وسطياً بين العائلة باعتبارها الوحدة الأساسية التي ينهض عليها البنيان الاجتماعي والنظام القيمي في المجتمع من ناحية والدولة ومؤسساتها وأجهزاتها ذات الصبغة الرسمية من جهة أخرى.

وبهذا المعنى فإن منظمات المجتمع المدني تساهم بدور مهم في ضمان احترام الدستور وحماية حقوق الأفراد وحررياتهم وتمثل الأسلوب الأمثل في إحداث التغيير السلمي والتفاهم الوطني مع السلطة في سبيل تعزيز الديمقراطية وتنشئة الأفراد على أصولها وآلياتها.

فهي الكفيلة بالارتقاء بالفرد وبث الوعي فيه وتعبئة الجهود الفردية والجماعية للتأثير في السياسات العامة وتعميق مفهوم احترام الدستور وسيادة القانون.

### 2- وسائل الإعلام.

تلعب وسائل الإعلام دوراً سياسياً مهماً يساهم في تعبئة الرأي العام الشعبي من خلال كتابات وأقوال المفكرين والصحف والفضائيات المرئية والمسموعة والاجتماعات والندوات التي تساهم في إطلاع الجماهير على المشاكل الأكثر إلحاحاً، والتي يتعرض

لها المجتمع وتكون مراقب جماعي لصالح الشعب من خلال إنتقاد سياسات الحكام وكشف فضائهم وفسادهم وإنتهاكهم لسيادة القانون.

فالإعلام يشكل السلطة الرابعة وله دور في مراقبة مجريات تنفيذ الخطط والمشاريع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وكشف الأخطاء والانحرافات المرافقة لعمليات الإعداد والتخطيط وتنفي الأداء الحكومي والمباشرة بما توجهه من نقد بناء يعتمد مصالح الوطن والمواطن بالدرجة الأولى.

### أساليب وطرق تغيير الرأي العام:

مما لا شك فيه أن وصول الحقائق أو المعلومات الى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع والمتابع للأحداث يكون دائماً أسرع الى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبداً في تكوين آرائه، ومذبذبا في إتجاهاته، وفريسة للأشاعات والانحرافات، ويتصف في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور، وتغليب الأنفعال الطارئ على التفكير السليم<sup>(15)</sup>.

ومن أصعب الأمور تغيير الآراء، ولذلك فان مضمون الاعلام يكون أكثر يسرا وفعالية إذا كان متعلقا بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو إتجاهات حيالها.

وعن أهم أساليب تغيير الرأي العام كما يراها خبراء الاعلام<sup>(16)</sup>:

### 1- أسلوب التكرار والملاحقة:

ويعتبر هذا الأسلوب من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام، وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الاسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير.



وقد وصف "جوبلز" هذا الأسلوب الدعائي فقال: أن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه أذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا.

ويطلق على هذا الأسلوب: الترتيل، وهذا الترتيل لكي يكون مؤثرا لابد من تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة الى الجمهور المستهدف مع طبيعة الجمهور وسماته المختلفة.

مثال: على ذلك هو الصراع العربي الإسرائيلي حيث كرس الدعاية الصهيونية حملاتها وركزتها في جملة واحدة: "إسرائيل التي لا تقهر"، ولقد ساعدت ظروف نكسة 1967 في أن يتسخ لدى الرأي العام العربي مفهوم إسرائيل الكبرى التي لا تقهر وإستخدمت إسرائيل مرتكزات مدروسة لتنفيذ هذا الأسلوب أهمها:

- عرض صور الأسرى العرب والمصريين في الاعلام وبث الأحاديث معهم، ورسائلهم الى ذويهم والتي تركز على ما حدث لهم من هزيمة وإنكسار.

- وعرض صور وأفلام المعارك والحروب التي وقعت على الأرض العربية لبيان مدى التفوق الإسرائيلي.

- تنوع أسلوب العرض سواء من خلال الصحف أو الأذاعة أو التلفزيون بعد حرب 1967 لثبيت مفاهيم وأفكار معينة عند الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية.

ولقد ساعد الصهيونية على استخدام هذا الأسلوب "الترتيل" السيطرة الصهيونية على وسائل الاعلام خاصة وسائل الاعلام الأمريكيه بدرجات وطرق متعددة مثل:

- إمتلاك الصحف وإدارة محطات الأذاعة المسموعة والمرئية أو تعيين عناصر موالية للصهيونية في المناصب الهامة في صحف الصفوة.

- وجود اليهود بأعداد كبيرة بين العاملين في الحقل الإعلامي.

- إستقطاب المعلقين السياسيين وكتاب الأعمدة وكبار الصحفيين لتأييد إسرائيل

- الضغط على الصحفيين الذين يكتبون عن أحداث الشرق الأوسط أن أبدوا أى ميل لمساندة

العرب أو الاعتراض على الممارسات الإسرائيلية.

- إغراق وسائل الاعلام بالأخبار التى تنبع من مصادر اسرائيليه، والعمل على تقليل الأخبار

الصادرة من مصادر عربية.

- إستخدام الأعلان للضغط والسيطرة على الصحف ومحطات الأذاعة المسموعة والمرئية المحلية

التي لا تخضع لسيطرة المنظمات الصهيونية سواء بالملكية المباشرة أو عن طريق تعيين صحفيين

مواليين لإسرائيل فى المناصب الهامة.

- إمتلاك إسرائيل لقمر صناعى يدعى Amos الذى سيمكن اسرائيل من إستخدام تكنولوجيا

الأتصال لتحقيق أغراضها الدعائية للتأثير فى الرأى العام سواء بأسلوب الترتيل أو غيره.

## 2- أسلوب الأثارة العاطفية:

تعتمد الدعاية - فى الأساس - على إثارة العواطف لا على المناقشة والأقتناع وتنبع عن إحتقار

دفين للمواطنين وعقولهم، مثلما كان يحدث فى التليفزيون المصرى قبل ثورة 25 يناير 2011.

ومثال آخر: كان الزعيم الألماني (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير

من خصائص النساء، وأن إستجابة الجماهير تكون دائما إستجابة عاطفية

أكثر مما هى عقلية، ولذلك فقد كان يدعو الى أن تتجة الدعاية

الى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد، وأيسر السبل الى إثارة الحقد والتشهير وإكالة  
التهم، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق!!

وكان (هتلر) يؤمن بأن ذاكرة الجمهور ضعيفة وأن الأفراد يستجيبون لمن يدفعهم بالقوة أكثر  
من إستجابتهم لمن يقنعهم، وأنهم سيأثرون أكثر بالترار المستمر لشعارات تستميل العواطف، ولا  
يتأثرون بالحجج العقلانية. وكان وزير الدعاية الالماني "جوبلز" يكرر نشر الاكاذيب حتي يصدقها  
الناس!

حيث يزداد إستخدام أسلوب الأثارة العاطفية عندما يصعب إستخدام الأساليب الموضوعية  
والحقائق المادية في إستحالة الرأي العام، أو مواجهة رأى عام مضاد، فان الداعية يلجأ في تلك الحالة  
الى ممارسة أسلوب الاستثارة العاطفية والغرائزية خاصة في المجتمعات التي تزداد فيها نسبة الأمية.

وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأي العام في كونها تبعده عن مشاكل بلده وأماله  
المستقبليه، وتغرقه في متاهات من الغرائز وتنمى لديه الأتجاهات الهروبية.

مثال: في الإنتخابات البرلمانية البريطانية، دعا العديد من المرشحين بإباحة الشذوذ  
الجنسى لأرضاء شريحة كبيرة من الناخبين، ورضخ مجلس العموم البريطاني وأصدر  
توجيه بذلك!<sup>(17)</sup>.

### 3 - أسلوب عرض الحقائق:

ويعتمد هذا الأسلوب على وصول الحقائق الى أكبر عدد من الناس على أساس أن الحقائق  
الملموسة أقوى وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب - بطبيعة الحال -  
من إحترام عقلية الجماهير.

مثال: ما قام به الاعلام المصرى خلال حرب اكتوبر 1973

#### 4- أسلوب تحويل إنتباه الجماهير:

وهو من الأساليب التي يتبعها السياسيون وأجهزة الإعلام وهو تحويل إنتباه الجماهير الى موضوع آخر مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.

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

#### 5- أسلوب البرامج الأيجابية المحدودة:

أن البرامج والتصريحات الإيجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأى العام، بعكس البرامج غير المحددة والكماليات الجوفاء، والتذبذب، ويسوق البعض نموذجاً لذلك، الديانات بما تعرضه من جزاء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير.

وكلما كانت هذا البرامج تتسم بالأيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، ذلك أن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم، ويدرك رجال السياسة تماماً مزايا البرامج المحددة.

#### 6- أسلوب إفتعال الأزمات:

وهو من الأساليب الحديثة لتغيير الرأى العام، ويعنى إستغلال بعض الأحداث أو الظروف - وربما تكون محدودة - بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأى العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب<sup>(18)</sup>.

مثال: إفتعال إسرائيل لأزماتها مع الدول العربية بإستمرار، مثل أزماتها مع سوريا عام 1967 كبدابة لشن عداوانها على الأمة العربية وإستخدامها - براءة - هذا الأسلوب في أثناء المفاوضات مع الفلسطينيين.

#### 7- أسلوب الرعب والفضوى:

وهو أسلوب تلجأ اليه بعض القوى لتغيير الرأى العام لصالحها. وقد إستخدمتها المخابرات النازية بصفة خاصة في إستغلال دوافع الأمان لدى الأناسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب بإخضاعها من خلال إستخدام الوسائل المختلفه لخلق حالة من الذعر والفضوى.

كما إستخدمتها الدول الغربية في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعى المنتظر قبل إنهيار المجتمعات الشيوعية.

كما أن إستغلال الأحتكارات الغربية لهيستريا الحرب التى كانت تنشرها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إبقاء العالم في حالة من التوتر خدمة لمصالحها الأقتصادية وأطماعها التوسعية.

#### 8- الشائعات:

الشائعات هى معلومات لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعى والنزاهة والدقة والأمانة ومن ثم فهى أقدر على الغوص فى الجماهير التى تفتقد الى الوسيلة التى تمدهم بما هو صادق وحقيقى

مثال: إنتشار شائعة قوية مفادها أن الرئيس العراقى صدام حسين قيل بعد إعدامه أنه لا يزال على قيد الحياة وسوف يعود للحكم فى العراق أثناء حكم أوباما لامريكا!

ومن المعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق، كل الصدق أو الحقيقة في فترات الحروب والأزمات، مثل إنتشار أمراض انفلونزا الخنازير والطيور، وخاصة السياسية والأقتصادية، مثل عدم وجود إستقرار في الجيش المحارب، حيث يوجد في الناس ميل الى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة في ذلك الوقت.

وتزداد الخطورة حينما لا يكتفى البعض بتصديق الشائعات بل يضيف إليها من عنده وتزداد الشائعات في جو الحرب، حيث تكون سرية الأخبار أمرا جوهريا تتطلبه دواعى الأمن وإعتبرات النشر على الرأى العام.

وتعرف الشائعة علي أنها ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشوية في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الأقليمى أو العالمى أو القومى تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول<sup>(19)</sup>. مثل الاخبار الكاذبة التي بثها التلفزيون المصري ونشرتها الصحف القومية المصرية في تظاهرات يوم 25 يناير 2011 المسمي بيوم الغضب الشعبي المصري ضد نظام الحكم، حيث هونت كثيرة من حقائق الامور وأكدت أن المظاهرات معدودة الافراد وقلة من الناس في هذه المظاهرات التي كانت بالملايين.

## أنواع الشائعات:

وضع العديد من الخبراء تقسيما للشائعات وأنواعها فيما يلي<sup>(20)</sup>:

### 1- شائعات الأمل أو الأمانى والأحلام:

وتعبر عن رغبات وأمال أولئك الذين تروّج الشائعة بينهم، وهى شائعات تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات فيها، مثل تشجيع الجندى على القتال في الحرب ضد العدو المغتصب.

### 2- شائعات اليأس والخوف:

وهى التى تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهى تنتشر فى وقت خوف الناس، فالإنسان فى حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة، لا أساس لها من الصحة، فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال ويتعلق بموضوع خوفه وقلقه، ويفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يُلمبها عليه الخوف والوهم.

### 3- شائعات الكراهية وتحويل الولاء ودق الأسفين:

وهى الشائعات التى تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التى تكمن بها نفوس بعض الناس، كما هو الحال بين الأحزاب السياسية المتعارضة.

### طرق مكافحة الشائعات:

هناك قواعد وأسس لمحاربة الشائعات كما يراها الخبراء منها<sup>(21)</sup>:

#### 1- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً:

ويمكن تدمير شائعه كاذبه بشائعه أكثر منها كذبا ولكن بحيث يمكن اثبات كذب هذه الأخيرة.

مثال: عندما إنتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة في نهاية عام 1943 قام جوبلز بمناورة قام جوبلز بمناورة مشهورة، فقد أضاف الى الشائعة المعروفة ما هو أشد فظاعة، فأوعز الى أجهزة الإعلام أن تذيب خبر مقتل هتلر نفسه، ف ضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص.

## 2- القضاء على الشائعات بالمعلومات:

فالشائعات تروّج في غيبة الأنباء أو حين لا تداع الأنباء الى تصل الى الجمهور أو من جراء عجز الفرد عن فهم الأنباء التي يتلقاها أو التعقيم التام علي الانباء. فلا بد أن يقدم للناس أدق الأنباء الممكنه كامله وبسرعة.

ولذلك يزداد في غيبة الاعلام والبيانات الموثوق فيها إنتشار الشائعات، كما أن الغموض يغذى الشائعات ويدعمها ولا بد من إتخاذ إجراءات مضادة فورا.

## 3- تكذيب الشائعة:

تعد من أبرز أساليب مكافحة الشائعة من خلال تكذيب الشائعة ونشر عكسها دون الإشارة إليها:

مثال: إذا إنتشرت في مجتمع شائعة عن أزمة في رغييف الخبز، تنتشر وسائل الاعلام ما يكذب هذه الشائعة دون الإشارة إليها على شكل تحقيقات عن توافر الخبز وجهود الدولة في هذا المضمار.



## مراجع الفصل الثالث

- 1- فاروق يوسف، الرأى العام، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1987).
- 2- محمد عبد القادر حاتم، الرأى العام، وتأثره بالإعلام والدعاية (بيروت: مكتبة لبنان، د.ت).
- 3- مختار محمد التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، (القاهرة: دار المعارف، 1982).
- 4- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربى، 2005).
- 5- صلاح الدين جوهر، علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1980).
- 6- شاهيناز طلعت، الرأى العام (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1983).
- 7- عاطف عدلى العبد، فوزية العلى، دراسات فى الإعلام الفضائى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1995).
- 8- عاطف عدلى العبد، فوزية العلى، المرجع السابق
- 9- عاطف عدلى العبد، علاقة الطفل المصرى بوسائل الإعلام (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988).
- 10- إبراهيم عبده، الصحافة فى الولايات المتحدة، ( القاهرة: سجل العرب، 1961).
- 11- كرم شلبى، الإعلام والدعاية فى حرب الخليج: وثائق من غرف العمليات، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامى، 1992).

12- جيهان رشتى، الدعاية واستخدام الراديو فى الحرب النفسية، القاهرة: دار الفكر العربى،  
(1985).

13- السيد ياسين، تحليل مضمون الفكر القومى العربى: دراسة استطلاعية (بيروت: مركز  
دراسات الوحدة العربية، 1980).

14- جابر عبد الحميد: مناهج البحث فى التربية وعلم النفس، (القاهرة، دار النهضة العربية،  
(1983).

15- جمال زكى، أسس البحث الاجتماعى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1962).

16- حسانين عبد القادر، رأى العام والدعاية وحرية الصحافة (القاهرة، دار النهضة العربية،  
(1962).

17- جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1972).

18- عاطف عدلي العبد، رأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

19- محمد طلعت عيسى، الشائعات وكيف نواجهها (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1964).

20- محمد طلعت عيسى، الشائعات وكيف نواجهها، مرجع سابق.

21- المرجع السابق نفسه.

## الفصل الرابع



### قياس الرأي العام وسماته



## أولاً: خصائص الرأي العام:

تتعدد وتتنوع خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية ومن أهم هذه الخصائص<sup>(1)</sup>:

1- يبقى الرأي العام " كامناً " حتى تظهر مسألة أو قضية عامة ما، وهذه القضية تظهر عادة حينما يوجد تصادم أو خيبة أمل، وأن الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، فقد يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الأبدال أو التعويض.

2- يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادرهم وإتجاهاتهم الى الآخرين (عملية الأسقاط)، أو عندما يفترض بعض الناس أن إتجاهاتهم ومعارفهم هى نفسها إتجاهات ومعارف الآخرين "عملية التقمص".

3- يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه، أى أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع - أو العامل المؤثر - كبيرة أو عندما يكون التعبير عن الأتجاه بالأفعال ذات نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة.

4- الرأي العام يمثل مدى واسعاً بين المعارضة والتأييد.

5- الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة.

فالمسألة التي لا تثير رأياً له عمق ظاهر، لا تحوز إلا إنتباهاً طفيفاً، بينما يمكن للمسألة التي تثير إنتباه كبيراً أن يكون لها قوة وعمق أكبر.

6- يختلف الرأي العام في درجة الثبات:

فالفرد مثلا يمكن أن يكون وجهة نظر يعبر عنها على أساس قليل من المعلومات أو بدون معلومات نهائيا، ووجهة النظر هذه، يمكن أن تتغير عند حصوله على مزيد من المعلومات.

ومن جانب آخر فإن رأيا يعتنقه الشخص بثبات وإيمان كبير ليس من السهل تغييره بسرعة ولكنه قد يأخذ وقتا طويلا من أجل تغييره.

**وهناك بعض السلوكيات التي تتعلق بالرأي العام هي<sup>(2)</sup>:**

- 1- بالنسبة للأحداث الهامة يكون الرأي العام في أقصى درجات الحساسية والاهمية.
- 2- وفي الأحداث الكبرى من المحتمل تحويل الرأي العام من النقيض الى النقيض بصفة مؤقتة، ولا يصبح الرأي العام مستقرا إلا إذا نظرا الى ما يتعلق بهذه الأحداث نظرة فاحصة دقيقة.
- 3- يتقرر الرأي العام ويتحدد نتيجة للأحداث أكثر مما يتقرر ويتحدد نتيجة للأقوال، اللهم إذا فسرت الأقوال ذاتها على اعتبار أنها أحداث.
- 4- تكتسب القضايا أهمية عندما يكون الناس على استعداد لتقبل ما يوحى إليهم من مصدر مطلع موثوق به.
- 5- لا يتوقع الرأي العام سلفا للأحداث الطارئة، بل يقتصر بدوره على إحداث رد الفعل حيالها عندما تقع مثل إعادة الاموال المنهوبة الي البلاد وإعتراف المسؤولين بالخطأ والتربح، فلا نتوقع رد فعل الرأي العام حيالها.
- 6- يتقرر الرأي نتيجة لقوة المصلحة الخاصة.

7 - طالما كانت المصلحة الخاصة مرتبطة بالموضوع فإن الرأي لا يمكن تغييره بسهولة.

8- في الدول الديمقراطية، ما دامت المصلحة الخاصة مرتبطة بالموضوع، فإنه يكون من المحتمل

أن يسبق الرأي العام السياسة الرسمية.

9- عندما يكون الرأي العام متمتعا بغالبية بسيطة، فإن من شأن أي حدث هام ينطوى على

حقيقة أن يحول الرأي الى جانب الموافقة.

10- يصبح الرأي العام في الأوقات الحرجة أكثر حساسية بالنسبة لكفاءة وقدرة قاداته، فإذا كان

يثق في قاداته يصبح أكثر إستعدادا للأعتماد عليهم في تحمل المسؤولية، أما إذا كانوا لا يثقون فيهم

فإنهم يصبحون أقل تسامحا إزاءهم مثلما حدث في عام 1967.

11- يكون الرأي العام أقل إعتراضا على قيام القادة بإتخاذ قرارات هامة، عندما يشعر -

بشكل ما - أنه يسهم في إتخاذ هذه القرارات.

12- يحتفظ الرأي العام بأرائه ويقدر على تكوينها بسهولة فيما يتعلق بالأهداف لا بالأساليب

الضرورية لبلوغ هذه الأهداف.

13- على الرغم من أن الرأي العام لا يتصف دائما بالثبات، فأن كثيرا من ضروب عدم الثبات

تكون أكثر وضوحا مما هي عليه في الحقيقة، عندما يتم إدراك الأطر العامة، وعندما يتم إكتشاف

المستويات الأساسية للحكم وتمييزها عن تلك التي إستمدت منها الأراء<sup>(3)</sup>.

## ثانياً : العلاقة بين الرأي العام ووسائل الأتصال الجماهيري

هناك علاقة وثيقة وقوية بين وسائل الاعلام الجماهيري والرأي العام، فلا يمكن للرأي العام أن يبرز أو يظهر بقوة وبعمق، دون وجود وسائل الاعلام قوية تساعده وتساعد على تحقيق مطالبه فوراً، وهذه الوسائل قد تكون مقروءة كالصحف والمجلات والكتب، وسمعية كالإذاعات وسمعية بصرية كالتلفزيون والسينما والمسرح والفضائيات والوسائل التكنولوجية المتطورة كالانترنت والفيديو بوك والتويتير واليوتيوب وغيرها من الوسائل الاخرى.

وتعتبر عملية الأقتناع ليس بالشئ اليسير، فالتجارب المعملية أشارت الى أن الأتصال المواجهي أكثر مقدرة على الاقتناع من الراديو وأن الراديو أكثر فاعلية من المطبوع<sup>(4)</sup>.

وأنه كلما زاد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الأقتناع، وأن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.

كما أن الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الاعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على إحتياجاتهم من الترفية والاعلام والتوجيه والتثقيف وفقاً لإمكانيات كل وسيلة ورغبات كل متلق.

ويضاف الى ذلك أن مقدرة أى وسيلة من الوسائل على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسائل.

وسوف نتناول معالم هذه العلاقة فيما يلي<sup>(5)</sup>:



## 1- الرأى العام والراديو

الراديو نشاط الخيال، وهو من وسائل الإتصال الجماهيرى، التى تقضى على عزلة الناس عن العالم الخارجى مهما كان المكان الذى يعيشون على أرضه، ويمكن تحديد تأثير الراديو فى الرأى العام فى الأتى:

1- تحقيق القدر الذاتى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.

2- تحفيز الناس على إختلاف ميولهم وإتجاهاتهم ومشاغلمهم على الإهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والأسهام فيها.

3- التخفيف من حدة العصبية الأقليمية والاقلال من شأنها.

4- متابعة تثقيف الجماهير وإشباع إحتياجاتها الفكرية والنفسية والأرتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.

5- دحض الشائعات الضارة فى الحال، وخاصة فى أوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون تفشى البلبلة الفكرية.

مثال: شائعات الفراه البيضاء ودورها فى الاصابة بمرض الفشل الكلوى.

6- القيام بدور أساسى فى الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التى تخدم التطور وتعزيرة القيم التى تعوقه.

وفى المستقبل القريب، سوف نشهد جيلا جديدا من الأقمار الصناعية المخصصة لإرسال الراديو دون غيره، وسوف يتيح مزيدا من تعددية الأراء وفرصة أكبر لحرية الأعلام الأذاعى.

## 2- الرأى العام والتلفزيون

يعتبر التلفزيون من أبرز وسائل الاعلام الجماهيرى تأثيرا على الرأى العام، فهو ذو أهمية فى الدعاية السياسية حيث يستطيع أن يؤثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية أكثر مما تستطيع الأذاعة<sup>(6)</sup>.

والتلفزيون أصبح أهم الأسلحة التى تلجأ إليها الأحزاب لكسب ثقة الجماهير وأصواتهم فى الانتخابات، والتلفزيون له تأثير على الرأى العام العالمى سواء عن طريق تصدير البرامج الى الدول الأخرى، أو الأرسال والأستقبال التلفزيونى بالأقمار الصناعية أو الأنترنى.

ويمكن أن يكون التلفزيون مدرسة عامة للشعب يبت عن طريقها الوعى السياسى والحضارى وحوافز للتقدم والتغيير.

وهناك عدة مستجدات للرأى العام صاحبت التلفزيون فى عصر البث الفضائى وهى<sup>(7)</sup>:

1- انتشار أجهزة استقبال القنوات الفضائية بشكل متزايد وملقت للنظر سواء الثابتة أو المتحركة المفتوحة أو المشفرة، فلقد دخل التلفزيون البيوت العربية عبر البوابة الفضائية وانتشرت القنوات الفضائية من أوسع أبوابها ويتزايد تأثيرها المباشر على عقول الصغار والكبار.

2- ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة نتاجا لما ابتكرت تكنولوجيا الأتصال الحديثة، وتمشيا مع روح العصر، وإستجابة لدوافع وحاجات الجماهير. وإتخذت أحد الشكلين:

أ- قنوات متخصصة فى المضمون وهى التى تستهدف جمهورا عاما مثل قنوات الدراما والموسيقى.

ب- قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه، وهى قنوات تستهدف الوصول الى قطاع معين ومحدد من الجمهور الذي تجمعه خصائص وسمات مشتركة مثل القنوات المتخصصة لرجال الأعمال.

3- مارس الاعلان الدولى دورا بارزا فى انتشار المحطات الفضائية والقنوات المتخصصة العابرة للحدود، وأدى التنافس على العائدات الأعلانية الى أن يصبح الاعلان الدولى سمة واضحة فى هذه القنوات مما انعكس على طبيعة المحتوى المقدم بحيث يتلائم مع فلسفات وتوجهات المعلنين.

### 3- الرأى العام والصحافة

تحتل الصحافة المرتبة الأولى من بين وسائل الاعلام كلها فى التأثير فى الرأى العام<sup>(8)</sup>، ويرجع ذلك لعدة أسباب منها:

1- إهتمام الصحافة أكثر من غيرها بالخوض فى القضايا السياسية والأجتماعية ومناقشتها بأسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأبناء فى مساحات واسعة وثابتة بالجريدة يمكن الرجوع إليها بسهولة فى أى وقت.

2- يميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأى العام بحسب الفئة الأجتماعية التى تستعملها وهى:

#### - الصحافة المتخصصة:

وهى التى تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفة والقادة والمثقفون.

## - الصحافة المتميزة

وهي الصحافة الأخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة وتشمل مضامينها على أهم الأنباء.

## - الاعلام الشعبي:

ويتألف من الصحافة الشعبية - بالإضافة الى الأذاعة والتلفزيون، وهذا النوع من الاعلام يقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفية، كما أن عرضه للأخبار يكون سطحيا وسريعا وغير متعمق، يميل نحو الأثارة وتمضية الوقت في معالجته للموضوعات المختلفة.

ويقسم الدكتور مختار التهامي محتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام الى<sup>(9)</sup>:

1- أبواب لها علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام مثل الأفاتحية والكاريكاتور والأعمدة، وبريد القراء والمقالات الاجتماعية والسياسية والأقتصادية، والنقد الفني والأعلانات، حيث تتسم هذه الأبواب بالتحيز المتعمد الذي يرمى للتأثير في الرأي العام.

2- أبواب لها علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام:

مثل الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي العام واتجاهاته، إما عاجلا أو أجلا.

3- أبواب لها علاقة عادة بتوجيه الرأي العام مثل صفحات الوفيات والنشرة الجوية وبرامج

الأذاعة والتلفزيون والسينما.

فمثل هذه المواد وأمثالها ألا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليست موجهة في الظروف العادية الى تكوين رأى عام حول مسألة معينة.

وان كانت هناك أحيانا استثناءات تفرضها أوضاع بعينها، ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المخرضة التي قد تقوم بها بعض الجهات والتي تستغل عادة كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

### قياس الرأى العام

يساعد قياس الرأى العام في معرفة الواقع الفعلى بحجمه الطبيعى الي حد كبير، حيث يمكن معرفة المعلومات والأراء والاتجاهات السائدة وإحتياجات الرأى العام ورغباته. كما يوفر كم كبير من المعلومات عن الرأى العام ومقوماته وإتجاهاته تساعد على إتخاذ القرار المناسب في ضوء الحقائق المتوافرة وتوجيه الرأى العام توجيهها سليما وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وأراء واتجاهات تساعده في دفع عملية التنمية<sup>(10)</sup>.

وقد لجأ الحكام في المجتمعات العربية في الماضى والحاضر الى طرق بسيطة، للتعرف من خلالها على أراء الناس وأحوالهم، منها خروج الحاكم لىسمع بنفسه رأى الناس وإطلاق بعض المقربين للتعرف على أحوال الناس وأرائهم.

تعود بدايات الأهتمام بقياس الرأى العام الى حوالى عام 1824م، حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق، ومن خلال إستطلاع الرأى العام عن طريق عمل إستفتاءات فيما كان يسمى بالأقتراع الأولى، ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأى العام، وبالتالي كانت لا تدعو الى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع.

بل أدى الأسلوب الذي أتبعته مجلة (الخلاصات الأدبية) مثلاً إلى إفلاسها، حيث إعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات، ودفاتر التليفونات وهى عينات غير ممثلة للمجتمع ومتحيزة لذوى الدخول العالية نسبياً.

ثم بعد ذلك تم الانتقال من مرحلة التكهن الى مرحلة العلم في مجال قياس الرأى العام، مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات<sup>(11)</sup>.

وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الأناجاز، حيث أتبع "جورج جالوب" الذى أنشأ معهد جالوب للرأى العام عام 1935، طرق المعاينة الصحيحة، ونجحت عملية قياس الرأى العام نجاحاً كبيراً فى التنبؤ بنتائج إنتخابات الرئاسة فى الولايات المتحدة الأمريكية عامي 1940، 1944.

وأدى فرط الثقة الى نوع من الغرور، جعل هذا المراكز تتنبأ فى وقت مبكر بفوز ديوى بالرئاسة - آنذاك- على منافسة ترومان عام 1948م، وفشلت هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وتعرضت عملية قياس الرأى العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيهها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة أخرى، عندما تنبأ معهد جالوب عام 1960 بنتائج الإنتخابات الرئاسة الأمريكية بين كنيدي ونيكسون تنبؤاً صحيحاً ودقيقاً.

وفى أوائل السبعينيات كانت مرحلة النضج فى مجال إستطلاعات الرأى العام، من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص "بالعملية" وليس مجرد الأكتفاء برصد موقف الرأى العام فى اللحظة الأتية مثل: مشروع المسح الاجتماعى العام (GSS) والمسح الأجماعى الدولى (ISSP) والبارومتر الأوروبى (EBS)<sup>(12)</sup>.

## قياس الرأي العام في الدول العربية:

يمكن القول بأن غياب المناخ الديمقراطي وإنتهاك الحريات العامة في مجمل الأقطار العربية قد ضاعف من عمليات الخوف والحجر على مناقشة قضايا الرأي العام وإجراء إستطلاعات منتظمة وعلمية وعلائية له في العالم العربي، كما ضاعف أيضا من عمليات التلاعب بالرأي العام لخدمة الحكومات العربية القائمة، ورغم كثرة الحديث عن الرأي العام العربي، وتعدد محاولات إستغلاله وتوظيفه وإدعاء الحديث بإسمه، فإن الساحة العربية لم تشهد حوارا جادا وامتصلا وعلميا حول القضايا التي يثيرها الرأي العام، وإمكانية إستطلاع آرائه ورصد وتحليل توجهاته، فضلا عن علاقته بعملية التحول الديمقراطي التي يجرى الحديث عنها بإلحاح في العقد الاول من القرن الواحد والعشرين.

ونركز على مصر "كنموذج"، حيث تعتبر مجموعة الإنتخابات والاستفتاءات من أهم معالم التجربة المصرية في قياس الرأي العام، إلا أنها لا تتمثل قياسا دوريا متتابعا لإتجاهات الرأي العام المصري.

كما أنها تقيس إتجاهات الرأي العام حيال بعض القضايا المطروحة من قبل القيادة السياسية فقط، أو الموضوعات الهامة التي تقتصر في الغالب على الموضوعات السياسية وذلك خلال فترة حكم الرئيس مبارك.

وهناك مجموعة تقارير الرأي العام التي تعدها بعض الجهات الرسمية كالهيئة العامة للاستعلامات ومراكز الاعلام المحلية، فلقد أنشأت مصحلة الاستعلامات - كما كانت تسمى في الماضي - معهد الرأي العام والاعلام للقيام بعمليات إستطلاع الرأي التي تساعد في تخطيط وتنفيذ السياسات الحكومية على ضوء حاجات الشعب ورغباته ولم تقتصر وظيفة المعهد على مجرد الحصول على إجابات ذات قيمة ممكن

يستجوبنها، كما يحدث في معظم الدول المتقدمة، وإنما تتضمن تعليم الجمهور وتدريبه على أن يعبر عن رأيه. حيث تعتمد الهيئة على أفراد متخصصين يطلق على كل منهم أخصائي الرأي العام.

كما توجد مجموعة مراكز خاصة تحتاج الى الدعم مثل المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط "ميج" والمكتب الدولي لاستشارات المعلومات.

كما توجد قياسات الرأي العام حيال الموضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية.

مثال: إتحاد الاذاعة والتلفزيون والمجلس القومي للسكان، والمجلس القومي للأمم المتحدة والطفولة.

كما يعد جهاز الرأي العام بالمراكز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، أول جهاز متخصص في هذا المجال، فقد قام بإستطلاعات عن إتجاهات الرأي العام نحو موضوعات محددة، كالأنجاب، العمل في الدول العربية، زيادة السادات للقدس، ظاهرة الدروس الخصوصية.

يضاف الى ذلك فلقد أنشأة جامعة القاهرة وبالتحديد في كلية الاعلام، مراكز لبحوث الرأي العام، وذلك في 21 يونيه 1982، حيث تبرز أوجه نشاطه في الأتي<sup>(13)</sup>:

1- البحوث والدراسات الخاصه بقياس الرأي العام في مصر وخارجها.

2- القيام بخدمات التدريب والاستشارات العملية للجهات المختلفة في مصر وخارجها.



3- إصدار المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.

4- القيام بعمليات الترجمة العلمية والنشر للبحوث والدراسات المتصلة.

5- تنظيم المؤتمرات والندوات الخاصة بأهداف المركز.

معوقات قياس الرأي العام كما يراها خبراء الاعلام والرأي العام:

هناك عدد من العوائق والعقبات التي تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية منها<sup>(14)</sup>:

1- قلة المعلومات ونقصها - كما وكيفا - أمام الأفراد في العالم النامي، على الرغم من أهميتها

في تكوين الرأي العام، فالفرد فيها لا معلومات عنده، لا رأى سديد له.

2- النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية، ففي مصر مثلا لم تكن وسائل

الاعلام تغطي كافة أنحاء مصر حتى بدأت مرحلة السيادة الأذاعية منذ عام 1981 وزادت قوة

الارسال الاذاعي تباعا، كما توجد مشاكل تواجه وصول الصحف الى الأرياف والمناطق النائية ولازدياد

نسبة الفقر بها.

3- تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون

الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الاعلام، من حيث تصل نسبة الأمية الى 56.1%،

بالأضافة الى السطحية، وعدم العمق، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة، وكبر شرائح الرأي العام

المتطرف لضعف أو حتى اختفاء الطبقة الوسطى. علاوة على إنخفاض الدخول، الأمر الذي يحدد من

شراء وسائل الاعلام المطبوعة والتعرض بالتالي للانترنت.

4- يحول النقص الواضح في الموارد المالية للدول النامية دون إجراء قياس علمى دورى دقيق لما يتطلبه ذلك من تكاليف باهظة الثمن وأساليب متقدمة.

5- كثرة المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام وفى مقدمتها التشكيل فى أهمية قياس الرأى العام، إنخفاض الوعى بأهمية الأستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، وعدم الادلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث كثرة ظهور فئة "اللا رأى"، وصعوبة تطبيق إختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس.

وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات وقلة جهات التدريب لهؤلاء الباحثين.

### التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام:

يتمثل التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام كما يراها الاعلاميون فيما يلى<sup>(15)</sup>:

#### 1 - إستطلاع الرأى العام:

ويستهدف التعرف السريع والفورى للرأى العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكتفى بمعرفة الرأى العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات.

#### 2- قياس الرأى العام:

ويستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة ورائها ويتميز بالبطء النسبى فى إنجازه، ويستخدم أساليب متقدمة فى التحليل الاحصائى.

#### 3- بحوث الرأى العام:

وتستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد في التخطيط الاعلامى، وقد تكون بحوثاً نظرية مثل البحوث التى تتناول مقدمات الرأى العام فى دولة ما.

أو بحوث ميدانية مثل تحليل دوافع مروجى الشائعات وخصائصها ودوافع وأنماط التعرض لوسائل الاعلام، أو الكشف عن قادة الرأى العام فى المجتمع وخصائصهم، وقد تكون بحوثاً تحليلية لمضمون ما يكتسب أو يذاع داخل البلاد وخارجها، مثل تحليل بريد القراء المنشور وغير المنشور، صحفات وأعمدة الرأى، وكذلك البرامج السياسية من قنوات فضائية.

### أهمية إستطلاعات الرأى العام :

تعد مسألة إستطلاعات الرأى العام فى أى مجتمع من أهم عوامل تقدمه وتطوره ومشاركة من قبل الافراد فى تصحيح مثاره ومن أهم خطوات الديمقراطية فى أى مجتمع من المجتمعات، وتزداد أهمية إستطلاعات الرأى العام على الانترنت مع الانتشار الكبير لوسائل الاتصال اتفاعلي وزيادة عدد مستخدمي الانترنت فى مصر والعالم العربي لذلك ينبغى التأكيد على الاتي:

1- التأكيد على ضرورة القيام ببحوث الرأى العام وقياسه بطريقه دورية ومستمرة لمختلف القضايا، لأن المخاطر التى قد تنجم عن عدم قياس الرأى العام، وإفتراض الأحاطه به دون معرفة ميدانية حقيقية، وتجاهل قياسه فى بعض الحالات، تعتبر مخاطرة عالية نسبيا يمكن تجنبها بالقياس العلمى الدورى الدقيق.

2- ضرورة إتباع الأسس العلمية فى قياس الرأى العام المتمثلة فى تحديد المشكلات والموضوعات المطلوب قياس الرأى العام بشأنها، واختيار العينات الممثلة

تمثيلاً صحيحاً للمجتمع المراد قياس الرأى العام به، وتصميم أدوات جمع البيانات والمعلومات بطريقة صحيحة وموضوعية ودقيقة تضمن التعرف والكشف الدقيق عن اتجاهات الرأى العام، والقيام بعمليات التحليل والتفسير وربط نتائج القياس بالمؤشرات الأخرى ربطاً علمياً يساعد على المعرفة المتكاملة والاحاطية الموضوعية، ويؤدى الى إمكانية التنبؤ بإتجاهات الرأى العام مستقبلاً<sup>(16)</sup>.

3- عدم الاقتصار على جهة واحدة فقط فى عملية القياس الرأى العام، والسعى الى إحداث أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز بحوث، لأن ذلك سيؤدى بالضرورة الى تعدد وجهات النظر.

4- أهمية الربط بين نتائج القياس الرأى العام والمضمون الاعلامى الموجه الى المواطنين عبر وسائل الاعلام أو أشكال الاتصال الشخصى.

5- ضرورة دعم وحدات قياس الرأى العام بالأمكانيات المادية والتكنولوجية التى تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها.

6- أهمية التدريب المنظم للقوى البشرية من المتخصصين فى مجال دراسات وقياسات الرأى العام، فى الداخل والخارج.

## العينات في بحوث الرأي العام:

يتكون أي مجتمع من المجتمعات من وحدات "أفراد مثلاً أو أسر"، ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات المجتمع الذي حدده، أم من عينة صغيرة ممثلة لمجتمع البحث الذي أنت بصدده، وهنا يجد الباحث نفسه أمام نوعين من البحوث فيما يتعلق بنطاق الدراسة.

### أنواع البحوث:

تنقسم البحوث في الرأي العام إلى<sup>(17)</sup>:

البحوث الشاملة، وبعوث العينات.

### أولاً: البحوث الشاملة:

تعتبر البحوث الشاملة هي البحوث التي تجرى على كل وحدات المجتمع مثلما يحدث في التعدادات الهامة للسكان أو الزواج أو المواليد... الخ.

ولكن هذه الطريقة كثيرة التكاليف وتحتاج الى وقت طويل وإمكانيات طائلة قد لاتتوفر كلها أو بعضها للباحثين.

فقد يتطلب الجهد الوفير والوقت عندما تقوم بعض الحكومات بإحصاء قومي عام كل عشر سنوات مع أن الإحصاء لا يشتمل الى على عملية "عد بسيطة" بينما تتطلب بعض البحوثات التعمق في دراسة الحالات.

ولكن هناك ميزة واحدة - كما يرى معظم الباحثين في مناهج البحث - لأسلوب الحصر الشامل وهي تجنب أخطاء التعميم التي تنتج عند استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين من المجتمع "عينة" في الحكم على المجتمع ككل.

ويزداد نجاح إستخدام الحصر الشامل خاصة إذا ما كان المجتمع المبحوث محدودا أو قليل العدد كطلاب بعض الكليات أو عمال مصنع من المصانع.

### ثانيا : بحوث العينات:

وهى البحوث التى تتناول بالدراسة بعضا يمثل الكل يختار بطريقة علمية.

وفكرة العينات ليست جديدة، بل معروفة منذ زمن طويل ويستخدمها الرجل العادى فى حياته اليومية عدة مرات فى مختلف شئونه دون أن ينتبه الى أنها طريقة علمية تؤدى الى إستنتاجات سليمة إذا بنيت على أساس علمى.

فعندما يطلب الطبيب فحص دم المريض يكتفى طبيب التحاليل بتحليل قدر صغير من دم المريض، وليس كل دمه بالطبع.

وقد أكدت كثير من البحوث على أن العينة إذا إختيرت ممثلة للمجتمع الذى تؤخذ منه، تؤدى الى توفير كثير من الجهد والوقت للباحث وتكون النتائج قريبة من النتائج التى نحصل عليها لو أجرينا البحث على المجتمع كله.

### ومن مميزات بحوث العينات:

2- إختصار الوقت والجهد والتكاليف مقارنة بالبحوث الشاملة.

3- يمكن الحصول بسهولة على الأجابات الدقيقه إذا ما إستخدمنا جزءا من المجتمع الكلى، ويسهل تتبع غير المستجيبين فى حالة البحث بالعينة، بينما يكون ذلك صعبا فى حالة الحصر الشامل.

4- يمكن الحصول من أفراد العينة على بيانات أكثر مما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع كله مما يجعلنا نتعمق فى الدراسة من أجل الحصول على

باحثين مدربين أو يمكن تدريبهم - لقلّة عددهم - حتى يمكنهم الحصول على الاجابات التي تحتاج الى شرح بعض المصطلحات أو المفاهيم المتعلقة بالسؤال.

4- طبيعة المجتمع محل الدراسة قد تفرض على القائمين بالبحث إستخدام أسلوب العينات فقط كتحليل دم المريض، أو إجراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما.

### أنواع العينات في بحوث الرأى العام.

تنقسم العينات الي نوعين: إحتمالية وغير إحتمالية<sup>(18)</sup>.

#### أولاً: العينات غير الأحتمالية:

وهى العينات التى تؤخذ بغير الأسس السليمة وتتلخص عيوبها فى أنها لا تمثل المجتمع الماخوذة منه تمثيلاً صحيحاً أو علمياً، ولذلك فإن نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع كله بالثقة المناسبة مثل:

#### 1- العينات العارضة:

وفىها يتجه الباحث الى إختيار الحالات التى تصادفه مثل ما يحدث فى معظم التحقيقات الاعلامية حينما يسأل الاعلامى أول من يصادفه فى الشارع.

## 2- العينات العمدية:

وفيها يختار الباحث حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناول البحث. مثل إختيار منطقة بعينها لكي يجرى الباحث فيها بحثه معتقدا أن سكانها يمثلون الذين يستخدمون الأنترنت.

وأكد القائمون بالاستقصاءات في بحوث الرأي العام أن بعض المناطق تعطى نتائج قريبة جدا من نتائج المجتمع الأصلي، مما يدفعهم الى الاعتماد على هذه المناطق ما داموا يعلمون بخبرتهم السابقة أنها تعطى صورة صحيحة للمجتمع كله.

وتوفر هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذي يبذله في إختيار العينة، إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الأحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلي خاصة بالنسبة للوحدات التي يرغب الباحث في إختيارها، وهو أمر قد لا يتيسر في كل الأحوال. كما أن تعرض الخصائص للتغيير المستمر يجعل معرفة الباحثين بالخصائص المجتمعية والأحصائية والاتصالية لمجتمعاتهم البحثية لفترات طويلة أمرا مشكوك فيه، الأمر الذي يهدم الأساس الذي تنهض عليه العينات العمدية.

## 3- العينة الحصوية:

يكثر إستخدام العينة بطريقة الحصة في البحوث بصفة عامة، وفي إستطلاعات الرأي العام بصفة خاصة، لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث المجتمع الى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة، ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع.



ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام أن هذا النمط من العينات هام جدا في الإستطلاعات الفورية للرأى العام، نظرا للسرعة التى تتم بها، وقلة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أمط العينات الأخرى.

ويوجد أسلوبان للضوابط التى تختار بها العينة الحصية هى:

#### 1- أسلوب الضوابط المستقلة:

وفيه يعتمد الباحث على الاجمالي فقط وتستقل الضوابط تماما، بحيث يكون كل ضابط بمعزل عن الآخر.

#### 2- أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا:

وهو عكس الأسلوب السابق، حيث ربط الضوابط كلا بالآخر.

#### ثانيا العينات الاحتمالية:

يمكن تعريف العينات الاحتمالية بأنها العينات التى يتم إختيار جميع مفرداتها من بين وحدات المعاينة التى يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالي يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقى الوحدات، ولذلك نستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهى ضرورة عندما يكون الغرض من البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة<sup>(19)</sup>.

حيث يتسنى قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم فى هذه الأخطاء بأساليب يوضحها علم الاحصاء.

وتمكن العينات الاحتمالية الأحصائيون من تقدر خطأ المعاينة وتحديد حجمها، والأستنتاج الاحصائي وتعميم نتائجها على المجتمع ككل.

وبالتالى فان العينات العشوائية هى العينات التى تختار وحداتها بأحدى وسائل الاختيار العشوائى، وفيما يلى أهم أنواع العينات العشوائى:

### 1- العينة العشوائية البسيطة:

وهى التى تختار بطريقه تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة فى الاختيار أو الظهور، وهذه العينات لا تتيح فقط لكل فرد فى المجتمع فرصة متساوية للظهور فى العينة، بل تتيح أيضا لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة.

ويتم إختيار العينات العشوائية البسيطة عن طريق<sup>(20)</sup>:

#### أ - الاقتراع المباشر:

ويعنى أن يعطى كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقه منفصله، ثم تطوى هذه الأوراق وتخلط جيدا ويختار منها بالقرعة العدد المناسب.

مثال أفراد من مجتمع مكون من 900 مثلا، فإننا نعطى كل فرد فى المجتمع رقما مسلسلا نضعه على بطاقه، ثم تخلط هذه البطاقات ونبدأ بعدها فى سحب واحده تلو الأخرى.

#### ب - الجداول العشوائية:

وتعنى ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسله، ويختار منهم أصحاب الأرقام التى تستخرج من الجداول بأية طريقه منظمة بالحجم المطلوب للعينة.

## ج- الحاسب الألى:

ويستخدم فى حالة المجتمع الكبىر، ومن مميزات العينة العشوائية البسيطة أنها سهلة الأختيار، ومن عيوبها أنها لا تضمن العينات العشوائية البسيطة تمثيل كل مجموعة من مجموعات أو طبقات المجتمع، خاصة إذا كان هذا المجتمع يتسم بعدم التجانس من حيث الظاهرة موضع الدراسة.

مثل مجتمع طلاب كلية الاعلام به 90% من الأناث و10% من الذكور واختيار عينه عشوائية بسيطة لدراسة العلاقة بين النوع ومشاهدة التلفزيون، فقد لا يتم تمثيل الجنسين فى العينة بنفس النسبة فى المجتمع.

د- صعوبة إختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع كبير.

ح- يؤدى إنتشار مفردات المجتمع إنتشارا واسعا كما فى المناطق الصحراوية ووقوع بعض المفردات فى أماكن نائية، وإحتمال إختيار بعض هذه المفردات فى العينة العشوائية البسيطة يؤدى الى زيادة تكاليف البحث.

## 2 - العينة العشوائية المنتظمة:

وهى العينات التى تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها، وقلة تكاليفها خصوصا فى المجتمعات الكبيرة، حيث يتم تقسيم المجتمع الأصى الى مجموعات متساويه فى العدد أو الفئات مع مراعاة أن اختيار وحدات العينه يتم عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى، ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم.

**مثال:** إذا كان مجتمع الدراسة يتكون من الف مفردة، وكان حجم العينة التى سيتم إختيارها مائة مفردة، وإذا إختيرت الوحدة الأولى عشوائيا من وحدات المجموعه الأولى، وكانت هذه الوحدة رقم 9 مثلا، فان الوحدات

التالية التى تضم الى العينة هى الوحدات التى يكون ترتيبها  $9+10=19$ ، والذى يليها  $19+10=29$ ... الخ.

ولكن ما أوجه الأختلاف بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة؟

يتم إختيار جميع مفردات العينة العشوائية البسيطة عشوائيا، بينما فى العينة المنتظمة يتم إختيار المفردة الأولى فقط بطريقة عشوائية، حيث يتحدد بعد إختيار الباحث للمفردة الأولى فى العينة إختياره لبقية المفردات، عكس العينة العشوائية البسيطة التى يكون إختيار كل مفردة من مفرداتها مستقلا عن إختيارات المفردات الأخرى.

وأبرز عيوب العينة العشوائية المنتظمة أنها لا تصلح فى الأختيار اذا كان أفراد المجتمع مرتبين فى قوائم بنظام خاص يزيد من فرص ظهور أفراد بذاتهم يختلفون عن غيرهم فى سمه من السمات المتصلة بموضوع البحث، كالتفوق الدراسى.

كذلك عيب التحيز الذى كثيرا ما يدخل فيها مما يبعدها عن أن تكن عينة عشوائية حقيقية<sup>(21)</sup>.

مثال: إذا طلب من القائمىن بالبحث الميدانى أن يزوروا المساكن رقم 9، 19 و29... الخ، ففى بعض الأحياء فان هناك إحتمال أن يترك بعض الباحثين الشقق التى تقع فى البدروم أو السطوح.

### 3- العينة العشوائية الطبقيّة.

وهى العينة التى تعنى إمكانية تقسم الأطار الكلى للمجتمع الى إطارات فرعية، كل إطار يمثل مجموعة "طبقة" متجانسة، وتختلف كل مجموعة "طبقة" عن الأخرى من حيث الظاهرة التى يراد دراستها.

كما أن معرفة حجم كل مجموعة أو طبقة معرفة جيدة إذا أن حجمها يدخل في تقدير حجم العينة التي تسحب من كل طبقة، كما أن التقديرات التي ستسحب من كل مجموعة أو طبقة سترجح بنسبة تلك الطبقة الى حجم المجتمع للوصول الى تقدير شامل للظاهرة في المجتمع ككل.

وتتميز هذه العينة بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي بحيث يضمن الباحث ظهور وحدات من أى جزء من المجتمع تهتمه دراسته<sup>(22)</sup>.

كما تساعد هذه العينة على تقليل التباين الكلى للعينة وذلك بتقسيم وحدات العينة بطريقة تجعل التباين داخل الطبقة أقل ما يمكن.

ويمكن الحصول على درجة عالية من الدقة في النتائج بإختيار عينة طبقية أصغر حجما من العينة العشوائية البسيطة، الأمر الذى يوفر الوقت والجهد.

مع الاخذ في الاعتبار أن دقة البيانات التي نحصل عليها من أية عينة يتوقف على حجمها وتجانس المجتمع.

**هناك ثلاث مستويات لأختيار هذه العينة وهى<sup>(23)</sup>:**

1- التوزيع المتساوى: وهو أدنى مستويات الدقة في الأختيار، وفيه نقسم عدد مفردات العينة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوى، حتى لو اختلف عدد أفراد كل طبقة عن عدد الطبقة الأخرى في هذا المجتمع.

**مثال:** في معظم كليات الاعلام قد تجد أن نسبة الأناث أكثر من الذكور، ويمكن إختيار العينة الطبقية بأسوب التوزيع المتساوى 50% للاناث، 50% للذكور.

2- التوزيع المتناسب: أى توزيع العينة بشكل يتناسب مع مجتمع الدراسة فإذا كان المجتمع مكون من 1000 حالة موزعة على طبقات الأولى 500 والثانية 300 والثالثة 200 فإن حجم العينة عند توزيعها بأسلوب متناسب سوف يكون 50، 30، 20 وهكذا.

3- التوزيع الأمثل: وهذا يتم وفقاً لاعتبارين: الأول: حجم الطبقة فى المجتمع، ومستوى التجانس.

حيث ينبغى أن تزيد من عدد أفراد الطبقة التى توجد اختلافات كبيرة بين مفرداتها.

فإذا كان لدينا مجتمع مكون من ثلاث طبقات فإن:

الأولى 500 وانحرافها المعيارى 1

والثانية 300 وانحرافها المعيارى 2

والثالثة 200 وانحرافها المعيارى 3

ويكون إختيار عينة حجمها 100 فرد كالأتى:

$$30 = \frac{1 \times 500 \times 100}{(3 \times 200) + (2 \times 300) + (1 \times 500)} = \text{عدد حالات الطبقة الأولى}$$

وعدد حالات الطبقة الثانية =

$$35 = \frac{2 \times 300 \times 100}{(3 \times 200) + (2 \times 300) + (1 \times 500)}$$

وعدد حالات الطبقة الثالثة =

$$35 = \frac{2 \times 300 \times 100}{(3 \times 200) + (2 \times 300) + (1 \times 500)}$$

#### 4- العينة الثابتة أو الدائمة:

وهذه العينة تبدأ بالأختيار العشوائى من المجتمع، ثم تجمع بيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة.

لذلك تفيد هذه العينة فى دراسة التباين والتغيير فى الاتجاهات أو السلوك، وفى دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة.

وفى تطبيق ذلك فقد نختار عينة ونسألها دوريا عن آرائها فى بعض البرامج أو الحملات الاعلامية أو المسرحيات أو الأفلام أو القرارات والسياسيات الاقتصادية أو الاجتماعية.

وتتميز هذه العينات بالسرعة فى إجراء البحوث، فالعينة جاهزة، وسبق للباحثين معرفة مفرداتها، ولن يضيع وقتهم فى البحث عن العناوين.

كما تتميز بالحد من التكاليف التى تدفع باستمرار لسحب عينة جديدة فى كل مرة يجرى فيها بحث، بالإضافة الى توفير الوقت اللازم لإستخدام مفرداتها.

وتكاد تكون هذه العينة الوحيدة ذات الكفاءة التي تمكن من دراسة التغيير في عادات وأنماط التعامل مع وسائل الاعلام والفنون بالنسبة للأحداث أو الموضوعات ذات الأمتداد الزمني كالسياسيات الاقتصادية والاجتماعية، كما تفيد في تحديد الترتيب الزمني للمتغيرات مادام السبب يسبب الأثر.

ولكن عيوب العينات الثابتة أن أفراد هذه العينة قد تحولوا بمرور الوقت وتدرجيا الى نقاد أكثر منهم مواطنين عاديين<sup>(24)</sup>.

ومن العيوب أيضا أن الفرد قد يتمسك بما سبق أن أدلى به من آراء على الرغم من أنه يحتمل أن يكون قد أثرت على عاداته وآرائه الوسائل الإعلامية أو التجربة ذاتها أو الحملة الإعلامية كحملة الجفاف أو ترشيد استهلاك المياه... الخ

#### 5- العينة متعددة المراحل:

وتعنى إختيار عينة الدراسة على مراحل متعددة، ففي العينة العشوائية البسيطة أو العشوائية المنتظمة أو العينة الطبقية، فإنه من الصعب الاعتماد عليهم في دراسة خصائص وتوزيع ظاهرة ما في مجتمع كبير لعدة أسباب:

- عدم توافر حصر كامل لجميع المفردات واجبة الدراسة.

- إرتفاع التكاليف لمعاينة أفراد متفرقين متباعدين.

- صعوبة الإدارة والأشراف على بحث يضم مفردات متفرقة.

مثال: عند إختيار عينة قوامها 400 مفردة من القاهرة، فإنه يمكن في هذه الحالة

اختيار العينة على مرحلتين:

الأولى: يتم التركيز فيها على بعض الأحياء وأقسام الشرطة.



والثاني: يتم التركيز فيها على القوائم المسجل بها أسماء سكان هذه الأحياء<sup>(25)</sup>.

بعض المفاهيم العلمية في بحوث العينات:

- المجتمع: هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، فقد يكون مجموعه من البشر،

إذا كان موضوع البحث: دراسة حجم الأسره وعلاقته بمستوى الدخل مثلا.

- وحدات المعاينة: وهى الوحدات التي يقسم المجتمع على أساسها بغرض اختيار العينه، وعند

اختيار العينه تعتبر كل وحده من تلك الوحدات وكانها مفرده قابله للتقسيم.

مثال: قد يتم تقسيم المجتمع الى وحدات معاينة على أسس كالأسرة أو الوحدة

السكنية أو وحدة الإنتاج، وهذه الوحدات بالنسبة لتحليل المحتوى هى جميع

الوحدات التي يتكون منها مجتمع البحث.

فكل عدد من كل صحيفه تم اختيارها، وكل كتاب أو وثيقه أو شائع مطبوعه أو برنامج

أوفيلم أو مسرحيه أو مسلسل أو اعلان، خاضع للتحليل هو وحدة معاينه

- الاطار: وهو قائمة أو خريطة أو أى وسيلة أخرى تحتوى على جميع وحدات المعاينه للمجتمع

موضع الدراسة.

فالتليفون مثلا لا يصلح كإطار، لأن ليس كل الناس لديها تليفونات، كذلك جداول القيد في

الانتخابات لا تصلح أطار لأنها لا تشمل عن تقل أعمارهم عن 18 سنة.

ومن المهم دراسة الأطار قبل إختيار العينه، إذا أن تأثيره واضح على مدى دقة التقديرات، حيث

يؤدى الى إستخدام إطار غير شامل لجميع وحدات المعاينة الى إغفال إختيار بعض الوحدات وعدم

تحقيق الأسس العشوائية السليمة في الأختيار.

ويكون الأطار في بحوث تحليل المحتوى هو جميع وحدات المعاينة التي يعتبرها الباحث في متناول يده، أي الوحدات المتاحة التي يمكن حصرها وتطبيق الدراسة عليها نظرا لصعوبة الوصول إلى جميع وحدات المجتمع في بعض الحالات لفقد بعض أعداد الصحف أو عدم وجود تسجيلات متاحة من بعض البرامج أو الأحاديث التلفزيونية<sup>(26)</sup>.

### وهناك شروط للأطار الجيد لعينات بحوث الرأي العام هي:

- الكفاية: وتعنى أن يتضمن اطار العينة كافة الفئات التي تخدم أهداف البحث.

مثال: ليس من المقبول عند التعرف على اتجاهات الصحف ازاء قضية معينة للأكتفاء بالصحف القومية دون الحزبية والخاصة.

- الكمال: وتعنى الحصول على كل المفردات، حيث لا يمكن الأكتفاء بالقوائم المنقوصة من الصحف أو التلفزيون لأن هذا يؤدي إلى التحيز الغير المقصود في إختيار العينة.

- الدقة: وتعنى التنظيم والدقة في عرض المصادر وتصنيفها طبقا للمعايير المختلفة.

## أخطاء العينات في بحوث الرأي العام:

تنقسم الى نوعين:

### 1- أخطاء المعاينة: وأهم أسبابها:

- صغر حجم العينة: فكلما كبرت العينة - صغرت - أخطاء المعاينة.
  - عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة: فلا بد من تطبيق أكثر من عدد الحالات في العينة لاحتمالات عدم إستجابة البعض.
  - عدم مراعاة تباين المجتمع وطريقة الاختيار وأسلوب حساب النتائج.
- ### 2 - أخطاء التحيز: وأسبابها:
- عدم صلاحية إطار العينة
  - تحيز الباحث نفسه في إختيار الحالات التي تروقه.
  - فشله في الحصول على نسبة ملحوظة من الاجابات
  - عدم إستخدامه الطرق الصحيحة في حساب التقديرات<sup>(27)</sup>.

## مراجع الفصل الرابع:

- 1- عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1993).
- 2- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق
- 3- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، (القاهرة، عالم الكتب، 1983).
- 4- سعد عبد الرحمن، أسس القياس النفسى والاجتماعى (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1967).
- 5- صفوت فرج، القياس النفسى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1980).
- 6- زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعى ط3 (القاهرة: دار النهضة العربية، 1980).
- 7- عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، مرجع سابق.
- 8- عاطف عدلى العبد، الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية، (القاهرة، مطبعة الهانى، 1989).
- 9- عاطف عدلى العبد، بحوث المستمعين فى الوطن العربى (القاهرة: دار الفكر العربى، 1992).
- 10- عاطف عدلى العبد، دليل بحوث الاتصال فى العالم العربى، (القاهرة، دار الفكر العربى، 1995).

11- عبد الحميد حجازى، الرأى العام والإعلام والحرب النفسية (القاهرة، دار الرأى العام، 1987).

12- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام، القاهرة: عالم الكتب، 1984.

13- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق

14- فتحى الأبيارى، الرأى العام والمخطط الصهيونى، القاهرة: المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، 1969.

15- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق

16- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال والاعلام، مرجع سابق

17-عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، مرجع سابق.

18-عاطف عدلى العبد، الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية، مرجع سابق.

19-عاطف عدلى العبد، بحوث المستمعين فى الوطن العربى مرجع سابق.

20- سمير محمد حسين، الرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية (القاهرة: عالم الكتب، 1997).

21- المرجع السابق نفسه

22- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق

23- المرجع السابق نفسه.

24- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق

25- المرجع السابق نفسه

26- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال، مرجع سابق.

27- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

## الفصل الخامس

-----  
ظاهرة الرأي العام علي الانترنت





تعتبر ظاهرة الرأي العام علي الانترنت أو الرأي العام الاليكتروني من الظواهر الحديثة التي فرضت نفسها علي الساحة الحياتية خلال السنوات الاخيرة من القرن العشرين في دول العالم الغربي، خاصة من ظهور وسائل الاتصال التفاعلي "الانترنت" والاكتشافات والاختراعات المستمرة في عالم الاتصالات وظهور ما يسمى بمجتمع تكنولوجيا المعلومات الذي جعل العالم بمثابة غرفة واحدة، وبدأت ذلك بوضوح في الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الامريكية ودول أوروبا وبعض دول شرق آسيا مثل اليابان والصين والهند وماليزيا وغيرها، التي كان لها السبق في هذا، نتيجة الارتفاع في المستويات الاقتصادية والاجتماعية مثل التعليم والثقافة والاتصالات والبحث العلمي، بالمقارنة بمعظم الدول النامية التي لم تتعرف علي هذه الظاهرة إلا في السنوات الاولي من القرن الواحد والعشرين.

ومع هبوب الرياح الاتصالية وحدوث طفرات تكنولوجية الي حد كبير في وسائل الاتصال التفاعلي كالانترنت في العالم العربي، والتي كانت من أبرز نتائجها قيام أهم وأعظم ثورة في تاريخ العالم وهي ثورة 25 يناير عام 2011 في مصر، عندما إنتفض الشعب ضد رئيسه "مبارك" ونجح في خلع، عبر إستخدام تقنيات الحاسب الالي والانترنت والفيس بوك كأبرز وأهم مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب في مصر وخارجها، فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي الاليكتروني بمثابة غرفة عمليات الثورة الذي كوّن رأي عام شديد الحيوية والصلابة، وكان الوسيلة الاولي للتواصل بين الثوار علي مختلف الاعمار والمستويات وتبادل المعلومات والاراء والتحركات والتنظيم لها بشكل عصري متطور ومتقدم، كما كان المصدر الاعلامي للأحداث من صور وفيديوهات وأخبار لحظة بلحظة، وهذا أغري العديد ممن لم يكن لهم عضوية بالموقع الي الانضمام إليه، حتي أصبح هناك رأي عام إلكتروني عربي قوي كان من ثمراته ثورتي تونس ومصر ضد زين العابدين بن علي وحسني مبارك، وثورة ليبيا ضد معمر القذافي ونظامه الفاسد والتي نجحت في القضاء علي نظام القذافي وتم القبض علي

القذافي وقتله والتمثيل بجثته من قبل الثوار الليبيين، وثورة اليمن ضد نظام رئيسها الديكتاتور علي عبد الله صالح ونجاحها في الاطاحه به، والثورة السورية المستمرة ضد نظام بشار الاسد ومذابحه غير الأدامية لأفراد شعبه ومعارضيه، فقد هبت رياح الحرية والديمقراطية والتغيير أخيرا علي العالم العربي، بعد عقود طويلة وقررون من المهانة والظلم والفساد والطاعة العمياء ونظرية الحق الالهي للملوك والرؤساء في العالم العربي، الذين كانوا يعتبرون أنفسهم ظل الله علي أرضه، وليس من حق مخلوق علي وجه الارض أن يسألهم في شيء إلا دولة واحدة هي الولايات المتحدة الامريكية التي كانت تحركهم مثل العرائس الخشبية في الليلة الكبيرة رائحة الفنان المصري الراحل صلاح السقا.

ومن الصعب أن تعود هذه مظاهر الفساد الي سابق عهدها المظلم مرة أخرى، بفضل التطور التكنولوجي والاتصال التفاعلي الذي جعل تكوين الرأي العام الوطني والاقليمي والقومي وحتى العالمي يمكنه أن يتشكل ويتكون في أيام وساعات محدودة للغاية ويؤثر بشكل كبير في الافراد بعد الانخفاض النسبي في مستوي الامية التكنولوجية وزيادة عدد مستخدمي التكنولوجيا الحديثة في العالم العربي في السنوات الاخيرة كما سنري في إستعراضنا للرأي العام الاليكتروني فيما يلي:

### مفهوم الرأي العام الاليكتروني:

ويمكن توصيف تعريف الرأي العام الإليكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير - داخل القطر الواحد أو خارجه - في هذا الفضاء الواسع أو العالم الافتراضي، على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، والتأثير على

أكبر شريحة يمكن الوصول لها من خلال هذه الشبكة ومواقع التواصل الاجتماعي بها مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وما يستجد من مواقع أخرى..

و مفهوم الرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل فكرة، إقتراح، رأي، مشاركة، أو حتى لفظ إعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين، وتدافع عن أيديولوجية بعينها أو تتبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة إتصالية، من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع إستخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ"الرأي الإلكتروني"<sup>(1)</sup>.

وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.

و يوجد في مصر - على سبيل المثال - ما لا يقل عن 22 مليون مستخدم لشبكة الإنترنت و10 مليون مستخدم للفيس بوك طبقا لبيانات وزارة الاتصالات المصرية في عام 2010 وفي الأردن هناك ما لا يقل عن سبعمائة ألف مستخدم للإنترنت وهناك العديد من المواقع الاخبارية والثقافية التي يقبل عليها الافراد وذات تأثير في العالم العربي والشرق الاوسط مثل موقع "اليوم السابع" المصري الذي حصل علي جائزة أفضل موقع اليكتروني الاكثر تأثيرا وإنتشارا في العالم العربي طبقا لتصنيف مجلة "فوربس" الامريكية عام 2010 وموقع جريدة "المصري اليوم" وموقع "الجزيرة نت" و"مصر اوي" وموقع "المحيط" و"إسلام أون لاين"<sup>(2)</sup>

كما أن تأثير ثورة 25 يناير في مصر لم تؤثر فقط علي عدد رواد "الفيس بوك" في مصر وحدها فقط، بل إمتد هذا التأثير الي العالم العربي كله، إذا تضاعف عدد

العرب المشتركين في الموقع 100% خلال الاربعة أشهر من يناير الي إبريل 2011، فقد دخل 14 مليون عربي جديد ليصبح عدد العرب علي الموقع بالاضافة الي مصر أكثر من 30 مليون مستخدم<sup>(3)</sup>.

ومن جانبنا نعرف الرأي العام الاليكتروني علي أنه كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الافراد - لا يقل العدد عن نصف مليون - عبر العالم المتخيل، عالم الانترنت، يؤمنون بها، ويسعون الي تحقيقها علي أرض الواقع، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة إتصالية، من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع إستخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون.

### مكونات الرأي العام الإليكتروني:

ترتبط مكونات الرأي العام الإليكتروني بمتغيرين أساسيين<sup>(4)</sup>:

1- مستوى التعليم.

2- تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة.

ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية؛ مثل عدد المدارس والجامعات والمعاهد العلمية، ومدى توفر ثقافة الإنترنت من خلالها، ومستوى التعليم.

أما المتغير الثاني فيرتبط بعدد خطوط التليفون ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت أو بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة).

وهذا يقودنا إلى سؤال يتوازى مع نظرية الرأي العام التقليدية، فإذا كان هناك سيطرة للدولة على أدوات الرأي العام في المجتمع الحديث، فمن يملك الإنترنت أو يمارس سلطة بديلة أو موازية لما إعتدنا عليه من تحليل في النظرية التقليدية؟

لا أحد في الوقت الراهن "يملك" الإنترنت، صحيح أنه يمكن القول بأن الحكومة الأمريكية ممثلة في وزارة الدفاع ثم المؤسسة القومية للعلوم هي المالك الوحيد للشبكة قانونيا، ولكن بعد تطور الشبكة وموھا لم يُعد هناك مالك لها، وإختفى مفهوم التملك ليحل محله ما أصبح يسمى بمجتمع الإنترنت، كما أن تمويل الشبكة تحوّل من القطاع الحكومي إلى القطاع الخاص، ومن هنا ولدت عدة شبكات إقليمية ذات صبغة تجارية؛ حيث يمكن الاستفادة من خدماتها مقابل إشتراك، ولا ينفي هذا أن هناك سلطة على الإنترنت، فيمكن للملاك القانونيين إغلاق مواقع لأسباب قانونية، وأحيانا سياسية مثلما حدث في الانتفاضة الشعبية يوم 25 يناير 2011 التي بدأها وقادها شباب الانترنت في مصر عبر الفيس بوك والتويتير واليوتيوب أو صحافة الفيديو، ضد فساد نظام الحكم.

ووسائل "الفيس بوك والتويتير" بدأت تنتشر علي إستحياء في بداية عام 2010 وأهتمت بها بعض الصحف والمواقع الاخبارية مثل:جريدة وموقع المصري اليوم وموقع اليوم السابع وموقع الشروق وموقع الجزيرة نت والعديد من المواقع والمراكز البحثية الحكومية والخاصة وإنضم إليهم الرجال والسيدات، والاطفال وكبار السن، ومختلف القوي السياسية، وتكون رأي عام كبير عبر الوسائط الاليكترونية "الانترنت" لتتحول الي ثورة شعبية يوم 25 يناير، وطالبت بتنحي رئيس الجمهورية حسني مبارك عن الحكم بعد 30 عاما من حكم البلاد، وبعدها تم وقف وقطع الانترنت وخطوط الاتصالات في مصر طوال أيام الاحتجاج الشعبي المسماة بأيام الغضب الشعبي، حتي لا يتم إستمرار التواصل الاجتماعي بين الشباب والافراد ومن ثم تأجيج الثورة أكثر وأكثر، وقد كان هذا الموقف من قبل الحكومة المصرية غير جيد علي الاطلاق، وجسد بشكل كبير التسلط الحكومي ضد الشعب وحرية في أن يقول رأيه بحرية تامة

ومحاولة وأد الثورة في مهدها وإجهاضها وإفشالها، حيث إعتصم المتظاهرون في ميدان التحرير بوسط البلد، وإنضم اليهم شخصيات من شعوب أخرى من بلاد عربية وأجنبية للوقوف بجانب الثورة المصرية ضد الحاكم وحدث النصر بتنحي مبارك.

الحقيقة أنه بفضل تطور هذه الوسائل الاتصالية ووسائل التوصل الاجتماعي قد حدث تطور في الحياة السياسية المصرية والديمقراطية وحرية الرأي والتعبير، من خلال النقد العلني لرئيس الجمهورية علي صفحات الصحف وشاشات التلفزيون والفضائيات المصرية والعربية والاجنبية، والمطالبة بعزله من الحكم وإسقاط الحكومة برمتها وإقامة دستور جديد للبلاد يلبي حاجات وتطلعات أفراد الشعب في العيش بكرامة وأمان.

ولا شك أن الرقابة على الإنترنت قائمة، إما بشكل هيكلية عبر التحكم في البنية التحتية وإحتكار بعض المعارف وعدم قدرة أي أحد على الوصول إلى الشبكة ما لم يكن هناك بنية تحتية أساسية تتيح الكهرباء والوصلات، وهو ما لا يتوافر في الكثير من دول العالم الثالث، ويعرف بالانقسام الرقمي وأحيانا بالترفة العنصرية الرقمية<sup>(5)</sup>.

كما تم توسع الشبكة العنكبوتية بشكل كبير حيث يقدر عدد المستخدمين الجدد بـ(2) مليون شهريا؛ أي ما يعني انضمام (46) مستخدما جديدا للشبكة في كل دقيقة.

وفي إستطلاع أجرته شبكة (NUA) الأمريكية قدر عدد مستخدمي الشبكة عالميا بحوالي (134) مليون مستخدم في العام 1998 (نتوقع أن يكون قد تزايد)، وتصدرت الولايات المتحدة الأمريكية وكندا الصدارة من حيث عدد المستخدمين الذي بلغ (70) مليون مستخدم.

وفي تقرير صدر بتاريخ 26 أكتوبر 2000 تم التنبؤ بأن عدد المستخدمين للشبكة عام 2005 سيصل إلى حوالي (245) مليون مستخدم، وأن غالبية هذه الزيادة ستكون من خارج الولايات المتحدة الأمريكية<sup>(6)</sup>.

كما أوضح مسح ميداني أجري بتاريخ 6 نوفمبر 2000 على (2500) مستخدم للإنترنت في كل من أمريكا وبريطانيا وألمانيا وأستراليا وفرنسا أن متوسط استخدام الإنترنت (4.2) ساعات أسبوعيا في أمريكا و(3.2) ساعات في أوروبا و(3.6) ساعات في أستراليا. وأن (44%) من مستخدمي الشبكة في أمريكا يتصلون بها من منازلهم مقابل (38%) في أستراليا و(31%) في بريطانيا وألمانيا، في حين تبلغ النسبة في فرنسا 16%.

قنوات التواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت

وتوجد عدة وسائل وقنوات للتواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت<sup>(7)</sup>:

#### 1- البريد الإلكتروني (EMail):

يمكن الحصول على بريد إلكتروني مجانا أو برسوم مالية بسهولة من خلال الكثير من المواقع على الإنترنت، مما يمكننا من التواصل مع الآخرين بمجرد معرفة البريد الإلكتروني، ويتم التواصل برسائل نصية وصور، وكذلك ملفات صوت وفيديو، كما يمكن ارسال رسائل الي مختلف الاشخاص في أي مكان في العالم وكذلك الاحتفاظ أو تخزين رسائل أو كتب او مقالات متعددة في الايميل الشخصي لفترات طويلة جدا.

#### 2- المجموعات (Groups):

وهي منتشرة على الإنترنت، والاشترك بها مجاني أيضا ويتم من خلال البريد الإلكتروني، وخاصة عبر الفيس بوك والتويتير والمجموعات تعبر عن فئة معينة لها نفس الاهتمامات، أو تشترك في صفة خاصة مثل الشباب والاطفال، فتوجد مجموعة (مرضى السكر - محبي بلد معين - مشجعي فريق كرة - محبي فنان أو لاعب)،

كما توجد مجموعات ذات اهتمامات فكرية وعلمية وأخلاقية ودينية، وأيضا مجموعات ذات توجهات عنصرية ولا أخلاقية، وهكذا...

### 3-المنتديات وساحات الحوار:

وهي بدورها منتشرة في كثير من المواقع، والاشتراك بها أيضا مجاني، ويمكن من خلالها التواصل والحوار والنقاش في كثير من القضايا، إلى جانب غرف الدردشة (Chatting)، وغير ذلك من البرامج المخصصة لهذا الغرض؛ ومنها برنامج (Mirc)، وبالتوك (Paltalk).

ومن خلال هذه الوسائل تتم عملية النقاش وتبادل الآراء والأخبار والصور والرسائل الصوتية وملفات الفيديو، والتعرف على المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت الواسعة، والتي تنقسم من حيث التصنيف إلى (مواقع شخصية - مواقع تنتمي إلى مؤسسات - مواقع حكومية).

وكذلك تتم عمليات استطلاع الآراء ونشر رسائل الاحتجاج، وجمع التوقيعات، إلى غير ذلك من وسائل متاحة الاستخدام من خلال تلك الشبكة<sup>(8)</sup>.

وجدير بالذكر هنا أن موقع "إسلام أون لاين.نت" يأتي في المركز الثاني للمواقع العربية من حيث أعلى معدلات الدخول حسب تقرير موقع ألكسا (وقت كتابة التقرير) (<http://www.alexa.com>) وهو موقع يختص بتسجيل ورصد معدلات الدخول للمواقع على مستوى العالم، وعمل إحصائيات عنها- بعد قناة الجزيرة القطرية. ويمكن الإطلاع على التقرير كاملا على هذا الرابط

([http://www.alexa.com/site/ds/top\\_sites?ts\\_mode=lang&lang=ar](http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?ts_mode=lang&lang=ar)).



ومن هنا يمكن الاعتماد على هذه المواقع في التعرف على الرأي العام الإلكتروني لجماهير هذه الشريحة من خلال التقارير والاستطلاعات التي تنبثق من نشاط هذه المواقع.

### تأثير الرأي العام الإلكتروني علي الجمهور:

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو لعمليات التثقيف ونشر الوعي حول مختلف القضايا العامة والمشاركة، ووسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه.

إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه "معارك الأدلجة"، كلُّ حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه، إلا أن الأمر تعدى مؤخرًا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي في أرض الواقع، من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم، والمثال الواضح على ذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحكم الفاسد والبرلمان المزور والاضاع المتدهورة في مصر منذ 30 سنة، بعدما فشلت المفاوضات السلمية والمطالبات الشعبية للحكومة في العديد من المحافظات المصرية، وأطلقت مسميات عليها مثل يوم الغضب وجمعة الغضب ومسيرات المليونية في العاصمة وباقي المحافظات المصرية.

كما تم الاتفاق علي تكوين لجان شعبية تتصدي للمنحرفين وللصوص بعد الانسحاب التام للأمن المصري لمدة أسبوع في تلك الاحداث، وتصدي الجيش بمهمة حماية الامن وكذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحرب على العراق 15 فبراير 2003 في 80 مدينة كبرى في نفس الوقت، وكذلك المقاطعة للسلع وللدول، التي يتم الدعوة لها من خلال مواقع الإنترنت والتي تؤثر على السلوك الاستهلاكي اليومي، وبطبيعة الحال ينتشر التفاعل من تلك الشريحة الناشطة إلى غيرها من شرائح

المجتمع التي قد لا تسمح لها ظروفها بدخول هذا العالم التخيلي -شبكة الإنترنت- وهذا يؤدي بدوره إلى انتشار أثر الإنترنت إلى أرض الواقع.

### مصادقية الرأي العام الإلكتروني:

تعد المصادقية من أفضل الأشياء التي تجعل المستخدمين يلجأون إلى الرأي العام الإلكتروني لذا فما مدى مصادقية الرأي الإلكتروني؟ وهل يعبر بصدق عن فئات بعينها ويمكن قياسه بشكل دقيق؟

ولكي تكون الإجابة عملية يمكن الاستعانة ببعض التقارير مثل تقارير ساحة الحوار العربي لموقع "إسلام أون لاين.نت" عن ملف تم تنفيذه عن القضية العراقية على الإنترنت، وأتضح مدى تفاعل الجماهير من مستخدمي الموقع مع القضية العراقية في الفترة من مارس إلى إبريل 2003؛ حيث يتوافق 20 مارس مع بدء الاحتلال العسكري للعراق و9 إبريل مع سقوط العاصمة العراقية بغداد، هذا من ناحية، ومن ناحية تمت عملية الرصد أيضا عن طريق تصنيف الاهتمام، وجاء التفاعل الإنساني مع الشعب العراقي في مقدمة المشاركات، يليها تصفح أخبار المقاومة وأخبار العمليات العسكرية<sup>(9)</sup>.

وتتمثل قوة الرأي العام الإلكتروني في أنه يمتلك جناحين ويخلق أينما شاء ودون رقابة أو سلطان، ويمكن من خلاله فتح الباب للجميع لحوار هادف خلاق.

والسؤال الذي يحتاج للإجابة من الجميع وخاصة القائمين على هذا الأمر هو: كيف يمكن توظيف هذه النقلة التاريخية النوعية في مجال المعلوماتية في مساعي النهضة والتجديد الحضاري للوصول في النهاية إلى إصلاح ما يمكن إصلاحه أو

إنقاذ ما يمكن إنقاذه؟ حتى لا يتحول الإنترنت من وسيلة للانعتاق ندعو لتوظيفها بقوة بالمعرفة والتواصل مع أطراف وبقاع العالم إلى سجن للعقل في مربع الآلة الاتصالية، وهدر للوقت، وعزوف عن الفعل الاجتماعي المباشر، ومصادرة للفاعلية الحقيقية التي تنفع المجتمع وتطوره وتنهض به، فالأصل هو الإصلاح ونفع الناس رغم كل الاختلافات والتوحد لصالح البشرية وإقرار العدل والكرامة للجميع من خلال عملية التثقيف ونشر الوعي الصحيح، سواء من خلال الإنترنت أو خارجه.

### إستخدامات الرأي العام الإلكتروني:

تتعدد إستخدامات الرأي العام الإلكتروني فيما يلي<sup>(10)</sup>:

#### أولاً: الاحتجاجات "الإلكترونية":

مع إعتبار التغيير عملية إجتماعية وشعبية شاملة - تتطلب توفير الأرضية الواسعة النطاق في ميادين التغيير العملية والحياة العامة - فإن فعاليات الاحتجاج - التي ما تزال تُعطى موضع الصدارة تحت عنوان "التغيير" - تأخذ مكانا محدودا فقط وفق الأغراض التي ترفع قيمة الاحتجاج أو تنخفض به، وهذا بقدر ما يتوفر للاحتجاجات المختلفة من معطيات، لا تتوفر إلا ببذل جهود أكبر بكثير من الجهود المطلوبة لفعاليات معبرة عن الاحتجاج والرفض، بما في ذلك مختلف الأشكال الآلية للتغيير، من عصيان، أو إضرابات، أو إنقلابات عسكرية، أو ثورة شعبية.

وهذا ما يستدعي تركيز الحديث عن توظيف "وسيلة" التقنيات الشبكية في هذه الميادين العملية، في نطاق الإجابة عن عدد من الأسئلة الحاسمة، والتي تدور حول محورين أساسيين:

أولهما: أن تكون العملية الاحتجاجية نفسها جزءاً من صيغة متكاملة في اتجاه التغيير أو قطع مرحلة من مراحلها، بما يشمل توفير شروطه الأخرى، ويوجد المعطيات للمرحلة التالية.

ثانيهما: هو مواصفات الجهة القائمة على توجيه الاحتجاجات وتنظيمها، ومدى قدرتها على توظيف عملية الاحتجاج بكاملها لغرض التغيير، علاوة على توظيف الوسيلة التقنية المعنية لتحقيق المردود المطلوب بصورة مباشرة من عملية الاحتجاج على أفضل وجه.

إن توفير المعطيات الأولى، هو ما يجعل عملية توظيف التقنيات الشبكية نفسها - في تنظيم أي عملية احتجاجية - مسألة فنية محضّة، يمكن تعداد عناصرها الرئيسية المتمثلة في:

1- شبكة الاتصالات المطلوبة بين الجهات المعنية.

2- الطاقات الفنية الخيرة في خدمة شبكة الاتصالات.

3- الخطة الشاملة للتحرّك والمرنة بما فيه الكفاية للتعامل مع المتغيرات غير المنتظرة.

4- الإدارة القادرة على التفاعل مع الحالات الطارئة بالأسلوب المناسب والسرعة الكافية. وعند إلقاء نظرة سريعة على ما عرفته وتعرّفه بلادنا من ألوان الاحتجاج بقصد التغيير - سواء في نطاق قضية محددة، كما في قضية الضغوط الشعبية على السياسات الرسمية على صعيد أحداث فلسطين، أو في نطاق قضايا شاملة، مثل: المطالبة بالتعددية القائمة على الشفافية، وسيادة القضاء، ونزاهة عمليات الاقتراع ما يتبع ذلك - يظهر للعيان أنّ النقص قائم على صعيد توفير هذه العناصر الأربعة الرئيسية؛ إذ ما زال العنصر المميز لمعظم الاحتجاجات هو أنّها عفوية تلقائية، أكثر منها منظمة بصورة هادفة مدروسة، والشرط الرئيسي لنجاح أي وسيلة تستخدم في

الاحتجاج - بما فيها التقنية الشبكية - هو الخروج من هذه الأساليب العفوية إلى الأسلوب المدروس المنظم، فليس المهم الاحتجاج بحد ذاته، وإنما الغرض منه، ولا يتحقق الغرض القويم في اتجاه التغيير، ما لم يكن:

(1) غرضًا مشروعًا.

(2) لا يسبب أضرارًا أكبر فيوقع فتنة دامية مثلا.

(3) يحقق المصلحة العامة لا المنافع الشخصية.

(4) يضع في حسابه مسبقا مختلف الاحتمالات الناتجة عنه والتفاعل معها تفاعلا سليما.

(5) تقوم عليه جهة تتوفر فيها مواصفات المعرفة والوعي والتخصص في المجالات المعنية بما في

ذلك توظيف الوسيلة المستخدمة، كالتقنية الشبكية<sup>(11)</sup>.

### ثانياً: العصيان المدني الإلكتروني:

العصيان المدني الإلكتروني ECD أو Electronic Civil Disobedience هو شكل من أشكال الضغط

- غير العنيف - على المؤسسات الحكومية أو الرسمية المنخرطة في أعمال غير أخلاقية أو غير قانونية، أو

تضر بالإنسانية بطريقة أو بأخرى؛ حيث يمكن من خلال بيئة إلكترونية، تدويل وحشد وتنظيم وتأييب

الرأي العام عالمياً، وهو ما ظهر جليا في الانتفاضة الشعبية يوم 25 يناير 2011 في مصر ومن قبلها

حادثة كنيسة القديسين بالاسكندرية والتظاهرات المستمرة ضد الممارسات الاسرائيلية ضد الاراضي

العربية المحتلة، حيث اشتعلت الأرض بالتظاهر في معظم أرجاء المعمورة مرة واحدة ضد نظام مبارك في مصر للمطالبة بالرحيل عن كرسي الحكم!!

**ومثال آخر:** لقد كان للزعيم الافريقي "مهاتيم غاندي" السبق في إتخاذ العصيان المدني كوسيلة لتحدي القوانين الجائرة؛ متخذاً أسلوب اللاعنف. وجاء من بعده "مارتن لوتر كينج"، في إطار حركته المطالبة بالحقوق المدنية؛ فسار على خطا غاندي مبتكراً أسلوب المسيرة والجلوس الاحتجاجيين، لخلق موقف متأزم مستحکم يُرغم الحكومات والأنظمة على فتح باب النقاش والتباحث.

إلا أنه مع إطلالة عصر العوامة، وسنّ العديد من القوانين الدولية، وإبرام الكثير من المعاهدات التي ترتب حقوق ومصالح الدول والشركات الكبرى في العالم على حساب الشعوب الفقيرة منها والغنية على حد سواء - سعت بعض الجماعات النشطة سياسيا والمناهضة لتلك الهيمنة إلى ابتكار شكل جديد للعصيان المدني يفي بمستجدات العصر ومشاكله ذات الطابع العالمي، وهو ما صار يُعرف بالعصيان المدني الإلكتروني.

ويبلور "هنري ثورو" منظر حركات العصيان المدني الإلكتروني الفكرة عندما يقول: "كل الناس يتمسكون بحق الثورة، وهو حق رفض الولاء لحكومة ما، بل مقاومتها عندما يصبح استبدادها وطغيانها وعدم كفايتها أموراً غير محتملة". وجاء دور العصيان المدني الإلكتروني كبديل عصري أو على الأقل مؤازر للاحتجاج البدني، كما أنه يُعدّ حلاً مثالياً للذين يودون لو شاركوا المتظاهرين، ولكنهم يؤثرون السلامة على المشاركة في التظاهرات الفعلية في الشوارع<sup>(12)</sup>.

ويحاكي العصيان المدني الإلكتروني ECD ما يحدث في الشارع دون إحداث خسائر مادية، مقارنة بما يحدث على أرض الواقع؛ فبينما يقوم المتظاهرون بسد

المداخل والمخارج والممرات؛ لمنع تدفق المسؤولين، يعترض ناشطو العصيان الإلكتروني التدفق المعلوماتي لمختلف الهيئات لشلها وتعطيلها، وهو ما يُحدث ضغطا ماليا، لا يمكن للتظاهر البشري الذي يجري في الشارع أن يحدثه؛ حيث إن تدفق المعلومات ورؤوس الأموال من أهم عناصر الحياة في المجتمعات الرأسمالية.

وهناك ثلاثة اتجاهات رئيسية تشكل مدارس العصيان المدني الإلكتروني، وهي ليست منفصلة بعضها عن البعض تمامًا، بل إن التداخل والتكامل فيما بينها هو الأقرب للحاصل عن التصنيف الذي يفصل بينها، وهذه المدارس هي:

### المدرسة الأولى:

تستفيد من اختفاء العنف في العصيان المدني الإلكتروني لطبيعته؛ حيث لا تكون هناك مواجهة بدنية، فيكفي جلوس عدد كبير من الناشطين سياسيا وراء شاشات الحواسيب والاتصال بالإنترنت للتظاهر أو لتكوين رأي عام ما، ولكن بصور ووسائل قد تكون أحيانا أكثر فلاحا من المواجهة الحقيقية مع السلطات مثل:

1- القيام بإرسال آلاف الرسائل الاحتجاجية والمنددة... إلخ، إلى شتى الجهات المعنية بصورة ضاغطة مزعجة عن طريق البريد الإلكتروني؛ فيما يعرف في دنيا الأعمال باسم الـ"Spamming"، غير أنه يستخدم هنا لغرض سياسي لا لترويج سلعة أو الدعاية لها.

2- الدخول إلى غرف الدردشة في الإنترنت للقيام بحوارات، وتكوين رأي مناصر أو مناهض لقضية من القضايا؛ فيما يعرف باسم Political Chatting، كذلك تكوين التحزبات السياسية Lobbies Political داخل مجموعات المناقشة Discussion Groups في الإنترنت.

3- القيام بتعطيل موقع ما عن طريق دخول عدد كبير من المستخدمين على ذلك الموقع في وقت واحد؛ مما يعني ورود عدد هائل من الطلبات التي يجب أن يلبها الخادم الذي ينطلق من خلاله هذا الموقع، وإغراق الخادم تحت هذا الطوفان من الطلبات؛ حيث يقوم الناشطون بالدعوة لذلك العمل المنظم قبلها بفترة كافية؛ حتى يتسنى لأكثر عدد من المشاركين الدخول في توقيت واحد دقيق بفتح عدد غير محدود من نوافذ المتصفح، وكتابة عنوان الموقع فيه، والضغط عليه في ساعة صفر معروفة سلفاً فيما يعرف بـ "Denial Of Service Attack" أو "Dos" اختصاراً.. كل ذلك يؤدي إلى حرمان المستخدم العادي غير المنخرط في ذلك النشاط من الوصول إلى الموقع أو الخدمة التي يقدمها الموقع، وهو عقاب للموقع، ومن وراءه.

4- الوصول للهدف نفسه السابق بإحدى الوسائل السهلة غير المكلفة من حيث الوقت، ولا تحتاج لأي خبرة، وتدعى Packet Internet Groper أو Ping اختصاراً، وهو في الأصل أمر يُستخدم لاختبار وجود موقع ما، غير أنه قد يستخدم من خلال مستخدم عادي ليكتب سطرًا واحدًا عبارة عن عنوان الموقع يتقدمه أمر Ping؛ ليقوم الجهاز بذلك الاختبار بشكل متكرر.

5- إرسال الرسائل إلى البريد الإلكتروني وتداولها، بالإضافة إلى عمل المواقع لنشر الأفكار والرؤى الخاصة في شكل مظاهرة لخلق رأي عام ضد قضية ما، أو في سبيل تعضيد قضية أخرى، بالإضافة إلى إبراز عيوب الأولى ومخاطرها، في مقابلة واضحة لمزايا وفوائد الثانية.

### المدرسة الثانية:

ثم إرتقت المدرسة الثانية، وطورت في وسائلها؛ حيث استعانت بذوي القدرات التقنية المتفوقة، أو الـ Hackers الذين أضجرتهم رقابة السلطات على المعلومات



واحتكارها، ونُجِت لهذه المدرسة اسم اشتق من كلمتي Activism و Hacker لنحصل على مصطلح الـHacktivism. وينخرط سحرة تكنولوجيا المعلومات في هذه الأعمال، إما لنزعة سياسية لديهم، أو لضيق وضجر من إحتكار الحكومات والمؤسسات للمعلومات، وفرضها ستارا كثيفا حول المعلومات؛ مما يحرم هؤلاء التقنيين من الوصول إليها، وهو ما يدفعهم للحرب ضد تلك الحكومات والمؤسسات، ويصح فيهم المثل القائل: "لا حبا في علي، ولكن بغضا في معاوية".

وظهر مع إنخراط هؤلاء التقنيين في الأنشطة السياسية، أنواع وفنون جديدة، أو على الأقل تمّ توظيف القديم منها للوفاء بمتطلبات تكتيك الاختراق مثل ما يُعرف باسم Automated E-Mail Bombs؛ وهو نوع من الفيروسات التي تنتشر عبر البريد الإلكتروني، وتقوم بعمل تخريبي بناء على زمن أو حدث تم ضبط انفجار الشحنة المتفجرة عند الوصول لأي منهما، وكذلك الفيروسات الشبكية التي تستهدف خادما أو شبكة بعينها لقطع الاتصال بين جهازين أو شبكتين بعينهما، وكذلك الاختراق المباشر وكسر الحاجز الأمني Firewall لشبكة أو نظام مستهدفين للتشويه والتدنيس أو الحصول على معلومات حساسة سرية أو غير ذلك<sup>(13)</sup>.

وبالإضافة إلى ما سبق، فإن رفض الصدام المباشر، يعد عاملا مشجعا على خوض البارعين تقنيا لذلك الميدان، فإذا بهم يوفرون الجهد والوقت، ويُكسبون ذلك النوع من العصيان المدني فاعلية ما كان للناشطين سياسيا (Activists) وحدهم أن يصلوا إلى النتائج الباهرة التي يحققها هؤلاء الـHackers، فمهمات تكتيك الحصار التي كانت تحتاج لكثير من المشاركين لإرسال الرسائل الاحتجاجية مثلا، أو إغراق الخوادم، فضلا عن الجهود المبذولة للتنسيق والدعوة والمشاركة الكثيفة، وغير ذلك من الأمور التي تجعل الوصول للهدف صعب المنال أو غير موات في كل الأحيان -أصبحت كلها عند أطراف الأصابع وبالتوقيت المراد، دون جهد كثير إذا ما جلس أحد هؤلاء السحرة وراء شاشة حاسب آلي متصل بالإنترنت، بعد أن طوروا أنواعا من

البرامج تقوم بالجزء الأكبر من العملية بشكل آلي تلقائي؛ فيما يعرف باسم برامج Ddos Distributed Denial Of Service، وهم يتناقلونها على الإنترنت بجعلها متاحة مجانية وموزعة على مواقع متخصصة.

ولأن الحد الفاصل بين أعمال اللصوصية الإلكترونية، وأنشطة سياسية إلكترونية تجد قبولاً وإستساغة، عبارة عن خيط دقيق قلما يأخذ صفة الدقة، وكثيراً ما يكون مائعا لا حادا؛ فإن الأعمال التي تقوم بها عناصر Hactivism تتأرجح كل واحدة منها - على حدة لا ككل - بين المباركة والاستهجان؛ إذ إنها تعتمد في المقام الأول على الاقتحام غير الشرعي أو غير القانوني للنظم والمواقع والشبكات، فتخضع بذلك للتقويم الانطباعي حتى بات يطلق عليها E-Guerrillas:

ورغم تعدد الآراء في تعريف مصطلح العصيان الإلكتروني، فإن معظمها يلتقي على عناصر رئيسية لاستخدام الكلمة، أهمها<sup>(14)</sup>:

- 1- المنطلق هو الشعب أو فئات واسعة منه.
- 2- الهدف هو التعبير عن رفض أمر محدد.
- 3- الأسلوب الملتزم عموماً هو أسلوب التعبير السلبي والسلمي عن الرفض.

ثم تبقى أمور تتعدّد حولها الآراء، مثل مدى سريان وصف العصيان المدني على حالات، يقتصر التعبير عن الرفض فيها على أقلية أو نسبة منخفضة من الشعب، ثم الاختلاف على اعتبار استمرار فعاليات الاحتجاج ومظاهر التعبير عنه زمنًا طويلاً نسبيًا شرطًا ليكتسب الرفض صفة العصيان المدني، وغير ذلك ممّا يدخل في عداد التفاصيل.

ومعروف أنّ من صور العصيان المدني: الامتناع عن تسديد الضرائب، أو مقاطعة خدمات وسلع معينة، أو التباطؤ في العمل، أو حتى القيام بالمسيرات

السلمية. ولكن بشكل عام، غلب على وسائله الحرص على الجانب السلمي فيها، وهو ما يستهدف تجنّب الصدام والتعرّض لأخطار مباشرة؛ وبالتالي، فهو يعتمد على جمع العدد الأعظم من السكان، والوصول في مواجهة الطرف الأقوى - المتمثل في سلطة استبدادية أو جيش احتلال - إلى مستوى الإحراج الشديد سياسياً، والإضرار المادي به إضراراً يتصاعد حجمه تدريجياً.

بينما نجد مستخدمي تعبير "العصيان المدني الإلكتروني" يتناولون محاور أخرى عديدة، لم يكن العصيان المدني التقليدي يدور حولها، وبالتالي استخدام الشبكة في تأييد المتظاهرين لغرض ما، ثم اقتحام المواقع الشبكية بغرض سياسي؛ وهو ما يتجاوز الطابع "السلمي" لفعاليات العصيان المدني إلى الطابع "الهجومي"، ثم الاعتماد على الخبرة التقنية في البحث عن حلول مبتكرة<sup>(15)</sup>.

جميع ذلك - من الوسائل والأغراض - يتجاوز واقعياً حدود المفهوم التقليدي لتعبير العصيان المدني، ويمكن أن يندرج تحت عنوان التمرد أو الاحتجاج مثلاً، أو أن يندرج تحت عنوان "التغيير"، وهو الأشمل، والذي ينطوي على "العصيان المدني" أيضاً، كأسلوب من أساليب تغيير وضع ما.

وفي إطار "العصيان المدني الإلكتروني" بصفة خاصة، يمكن لوسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة أن تساعد في ميدان تنظيم فعاليات الاحتجاج السلمي والمختلفة، وهو عامل بالغ الأهمية؛ نظراً لارتباط النتائج بارتفاع عدد المشاركين، وبتكيز "الضربة" المؤثرة المطلوبة في قطاع ما - مثل عدم تسديد الضرائب - بحيث تعطي أثراً كبيراً، خلال وقت محدّد<sup>(16)</sup>.

كما يمكن أن تساهم هذه التقنيات إسهاماً كبيراً في "التمرد على الاستبداد" بصورته التقليدية داخل بلد من البلدان. وبغض النظر عما إذا كان تمرداً سلمياً أو

شمل العنف - مقابل عنف ممارسه الاستبداد - فالتقنيات الحديثة توفر ميزات كبيرة ومعروفة، مثل: التواري عن مراقبة السلطات الاستبدادية، أو نشر معلومات لا تريد السلطات لها الانتشار.

ويحتاج بيان علاقة الوسائل الحديثة بهذه الميادين التقليدية- للتغيير داخل حدود بلد أو منطقة معينة- إلى بحث مستفيض من أهم عناصره<sup>(17)</sup>:

(1) تحديد الإيجابيات والسلبيات على حسب مواقع إستخدام الوسائل الحديثة من الناحية الجغرافية. فلا فائدة مثلا من استخدامها في بلد تنعدم فيه الوصلات الهاتفية أو الشبكية، تمامًا كما كان توزيع "بيان مكتوب" بدلاً من شريط صوتي مسجّل، لا يوصل المضمون لفئة الأيمن مثلاً.

(2) حسن إختيار الميادين التي تساعد الوسائل الحديثة على تحقيق الغرض المطلوب فيها، فقد يكون إستخدامها في نقل معلومات - لا يُراد الكشف عنها مثلاً - سبباً في كشفها بدلاً من الحفاظ على سريتها، بينما يمكن - كمثال آخر - تنفيذ عملية إلكترونية ما لشّل قدرة سلطة استبدادية على ارتكاب حملات بطش متوقعة.

(3) توفير إمكانيات متجدّدة لتوظيف الوسائل الحديثة من أجل ابتكار صور جديدة - باستمرار- من صور التمرد أو المقاومة أو التغيير، وذلك في إطار قاعدة الوصول إلى الأهداف بأدنى النفقات، وأقل الجهود، وأسرع الأوقات، وأبسط الإمكانيات.

(4) التخطيط المرن المتجدد، الذي يعتمد على تقويم متواصل متجدّد؛ ليكون كفيلاً بمراعاة عنصر الزمن إلى جانب مراعاة ما يطرّره الجانب الآخر؛ فقيمة ما قد يمتلكه العاملون على تحقيق تغيير إيجابي من وسائل متطورة، تضع عند الإغفال عن تطوّر الأساليب والوسائل التي تعمل على امتلاكها واستخدامها سلطات استبدادية أو استغلالية أو ما شابهها. وهذا عنصر كثيراً ما يؤدّي إغفاله إلى نكسات "مفاجئة".

(5) تحديد الضوابط الخاصة باستخدام الوسائل الحديثة لتحقيق أغراض مشروعة كمواجهة الاستبداد، وذلك وفق القيم الأساسية والضوابط الأوسع نطاقاً، والتي يلتزم بها العاملون للتغيير.

وبرغم ما سبق ذكره من نشاط، فإن العصيان المدني الإلكتروني ECD ما زال في طور الطفولة؛ سواء من ناحية النظرية والتطبيق، فإن عواصف مناهضة فساد الحكم في يناير 2011، وما يحمله الغيب من أحداث يمكن أن تقوم بها ميليشيات العصيان المدني الإلكتروني - تشي بتغيير قد يكون جذرياً في أساليب مناهضة القوانين والمنظمات والحكومات والمعاهدات، وأن المتمردين على الديكتاتورية التي تحكم بالحديد والنار، قد وجدوا ضالهم التي ينشدونها في هذا النوع من العصيان المدني "الإلكتروني".

وتعد "الانتفاضة" الاليكترونية أو الرأي العام الاليكتروني سلاح جديد ضد إسرائيل والمقاومة البشرية هي السلاح الفعال لصددهم والحد من خطورتهم، وكذلك ضد الفساد المجتمعي والظلم الاجتماعي والمطالبة بالحقوق المشروعة للشعوب<sup>(18)</sup>.

بالرغم من أن عمر- الانتفاضة الاليكترونية - يكاد يكون قصير نسبياً، فإن الفرع من الحرب على الإنترنت Cyberwar بات يهدد إسرائيل حتى توالى المؤتمرات والندوات والتعليقات والدراسات الرائدة؛ فالاستجابة القوية للمسلمين والعرب مع بدء الانتفاضة أقلقته وعطلت في حينه الكثير من المواقع الإسرائيلية على الإنترنت، وهو ما يمكن تسميته "إنتر- فاضة"، والتي لم تكن أكثر ما أزعج النخب في إسرائيل، إذ أزعجهم توحيد الإنترنت للمسلمين على أرض الواقع.

ففي ندوة عقدت في جامعة بن غوريون بأسم "معركة الخوادم، معركة القلوب: الإعلام الجديد والحرب المعلوماتية" أعربت فيها إحدى المشاركات عن مخاوفها قائلة: "إن الجماعات الإسلامية الناشطة والمتطرفين المسلمين وجدوا بعضاً من ضالهم في

دنيا الإنترنت التي أتاحت لهم من تكوين مجتمعات عريضة متشابهة فكرياً، فنقوات الاتصال الشبكية وتداول المعلومات يمكن أن تثمر على أرض الواقع أكثر مما أحدثته في دنيا الاتصالات والإنترنت".

وأضافت "ليمور يغال" المحاضرة في العديد من الجامعات الإسرائيلية عن الإرهاب والإنترنت: "لقد أدرك المسلمون أهمية الإنترنت مبكراً جداً" وحذرت من أن المسلمين "طوروا بسرعة إستراتيجية ما أطلق عليه بالجهاد الإلكتروني E-Jihad Or Online Jihad، وأنشئوا مجتمعاً إسلامياً على الإنترنت يربط أطراف العالم الإسلامي ويوحد المسلمين والعرب والشباب حول هدف قومي واحد.

وبالرغم من أن الهدف المعلن لمركز مجتمع الشرق الأوسط الفعليّ (MEViC) هو محاولة إنشاء الحوار المباشر بدلا من العدائية؛ فإن تساوي كفتي الصراع على الإنترنت، وعدم رجحان ميزان قوى المعركة على الإنترنت لصالح إسرائيل أقلق مؤسس المركز مايك داهان وحدا به إلى القول بأن "كلا الجانبين في الصراع العربي/ الفلسطيني - الإسرائيلي يستثمر قنوات التوزيع في حرب الإنترنت Cyberwar"... فهم يتراسلون فيما بينهم بعروض البور بوينت، والرسوم المتحركة بFLASH، والتوزيع غير معقول. مئات الآلاف من الرسائل يتناقلونها، ويمرروها لبعضهم، لكن ذلك ليس ببساطة مجرد محاولة لإذاعة "المعلومات".

وأوضح داهان قائلاً: "إن ذلك يدفع الناس سواء في مناطق السلطة الفلسطينية أو أوروبا أو الولايات المتحدة الأمريكية للنزول للشوارع، ولا تنحصر الأنشطة فقط على الإنترنت"<sup>(19)</sup>.

والتقرير الصادر عن المكتب الإسرائيلي المتابع لتهديدات الإنترنت Idefense Intelligence Services المنشور في 3 يناير 2000 يشير إلى أنه " بالرغم من مرور

ثلاثة شهور على هجمات إلكترونية قاسية، سواء من محترفين إسرائيليين أو فلسطينيين؛ فإنه لا تبدو أي بادرة لخفة حدته فيوميًا هناك أهداف جديدة، وأدوات متجددة وتكتيكات مبتكرة".

ويقرر ويعترف "جيلاد رابينوفيتش" نائب رئيس مجلس إدارة شركة "نت فيجن" رائدة مزودي خدمة الإنترنت في إسرائيل في التقرير السابق نفسه أن الإسرائيليين هم أول من بدأ الهجوم بوضعهم علم إسرائيل فوق صفحة موقع حزب الله على الإنترنت، الأمر الذي بدا مثيرا في حينه، ولكن العرب سرعان ما انتفضوا، وما لبث أن انقلب السحر على الساحر! ويتحسر معه "داهان" الذي يتساءل: "من الذي انتصر في "الإنتر - فاضة"؟" ويجيبه تقرير الـ Idefense Intelligence Services بأن الدائرة كانت على الإسرائيليين، وأن النصر كان لصالح الفلسطينيين؛ إذ اقتحم محترفو العرب والمسلمين 166 موقعا إسرائيليا، بينما اقتحم الإسرائيليون 34 موقعا عربيا فقط، وضمت ضحايا تلك الحرب مواقع تجارية وحكومية وشخصية، ناهيك عن العداء المتزايد للإسرائيليين في غرف الدردشة.

وبلهجة تشاؤمية تنبأ التقرير أن "مساحة النزاع الإلكتروني سوف تزداد كلما تصاعد التوتر السياسي في المنطقة، وأن مستقبل ذلك النزاع كئيب، خاصة وأن هذا النزاع قد يجذب بعضا من المجموعات المسلمة الأخرى ذات الحضور القوي على الإنترنت، والتي لم تُدَلِّ بعد بدلوها في ذاك النزاع" وكلما تعقد ذلك النزاع فإن الوقت المتاح لكل من الجانبين سوف يعطي الفرصة لإعداد فيروسات الكمبيوتر، الأمر الذي لن يقتصر بالطبع على المستهدف من الجانبين، بل سيتطير شره ليلحق أضرارا بأجهزة الكمبيوتر في العالم بأجمعه"<sup>(20)</sup>.

## أهمية الرأي العام علي الانترنت :

تتعدد أهمية الرأي العام علي الانترنت أو الرأي الاليكتروني في مواجهة المشكلات التي نعيشها والاستعداد لمواجهة تحديات المستقبل، وأول ما يطرحه إستخدام التقنيات الحديثة في طريق التغيير والتعبير والتأثير في الرأي العام، أنها ببساطة مجرد وسيلة مهما بلغ شأنها وتمت فعاليتها، فهذه الفعالية مشروطة بمفعولها الواقعي ما بين طرفين، هما: الجهة التي تستخدمها، والجهة المستهدفة.

وإذا كان أهم عنصر توفره التقنية الشبكية هو: نقل المعلومات بما يخترق غالبية الحواجز والعقبات التقليدية، فإننا نجد في وجه توظيفها في عملية التغيير في البلدان العربية والإسلامية عراقيل عديدة.

### الحكومة الاليكترونية والصورة الذهنية عند الرأي العام:

كان وقع تعبیر الحكومة الإلكترونية، الذي سمعنا به لأول مرة في مصر في عهد حكومة الدكتور أحمد نظيف رئيس وزراء مصر السابق وقعاً حسناً لدي الكثيرين، مثيراً للخيال وبعثاً على الدهشة والاستحسان معاً، حيث تداعت الصور الذهنية الأولى حينها حول مثل هذا الكائن الجديد على نحو غامض ومسرف في التوقعات الملتبسة، لنكتشف فيما بعد أن المصطلح يعني في واقع الأمر حلول أجهزة الحاسوب على كاونترات الوزارات، محل الموظفين مقطبي الجبين، وبالتالي انتهاء عصر الملفات الورقية الضخمة وطوابير المراجعين الطويلة<sup>(21)</sup>.

وإذا كانت الصحافة المكتوبة قد شكلت تاريخياً، على اختلاف درجة الحرية المتاحة لها بين هذا البلد وذاك، منابر محترمة للتعبير عن آراء الكتّاب، وصناعة ما درجنا على تسميته بالرأي العام، فإن مخرجات التكنولوجيا الرقمية، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت، غدت في واقع الأمر منصة تعبير شديدة التأثير كما تؤكد بعض الدراسات



الاعلامية التي أجريت في هذا المجال، لا حدود لاتساعها، عن آراء الكتّاب ومواقف المعلقين والقراء، ناهيك عن رسائل التنظيمات السرية المحظورة في بلدانها، بما في ذلك الجهات المشتغلة بالإرهاب، حيث تعتبر هذه المنظمات أكثر المستفيدين من خدمات هذه الشبكة.

كما أن مستخدمي الإنترنت المترددين على نحو منتظم على المواقع الإلكترونية المختلفة، بما في ذلك مواقع الصحف على الشبكة، ينقسمون بصورة عامة إلى فئتين هما:

أولاً: المجاهدون على الإنترنت، أولئك الذين يواظبون على نحو منهجي في التعليق على المقالات المنشورة من وجهة نظر تشم منها رائحة أيديولوجية ملتزمة بوجهة نظر مسبقة.

وثانياً: الرعاع المتسكعون على الرصيف الإلكتروني، ونظراؤهم من جماعة "الله يا ست"، "عظمة على عظمة على عظمة" على غرار المهللين في حفلات السيدة أم كلثوم.

### عقبات الرأي العام الاليكتروني في البلدان العربية والاسلامية:

هناك العديد من العراقيل والعقبات التي تواجه الرأي العام الاليكتروني في عملية التغيير في العالم العربي والاسلامي منها<sup>(22)</sup>:

1- يقع ناشر المعلومة في وهم كبير عبر الظن أن مجرد نشرها يعني وصولها إلى المقصودين بها؛ فكما كانت الكلمة المكتوبة لا تصل إلى العامة لانتشار ظاهري الأمية والعزوف عن القراءة - بغض النظر عن قيود السلطات على انتشار الكلمة - كذلك فالمعلومة الإلكترونية لا تصل إلى من ليس لديه وصلة هاتفية، فضلا عن

وصلة شبكية، أو من يستخدم التقنية الشبكية لأغراض أخرى، وذلك في الوقت الحاضر هو وضع السواد الأعظم في المنطقة العربية والإسلامية.

2- لا يصح - إزاء هذا الواقع - الاكتفاء بتعزيز النظرة القائلة بأن المعتمد في التغيير هو الصفوة أو النخبة، وتصل نسبة عالية منها إلى استخدام التقنيات الشبكية على كل حال. فلهذه النظرة حاليا سلبيات عديدة، إذ تحصر المسؤولية في فئات محدودة من المجتمع، وتعزل بينها في كثير من الأحيان وبين العامة، وتصطنع معارك على مستوى "النخب"، ولا بدَّ بالمقابل من أن يكون مفهوم الصفوة أو النخبة المرشحة للمشاركة في حمل مسؤولية هدف التغيير، بأنها تلك القادرة على الوصول إلى العامة والتفاعل مع واقعهم اليومي في مختلف الميادين، بما في ذلك توظيف الوسائل المتاحة لهذا الغرض، ومنها التقنيات الشبكية.

3- التقنيات الحديثة لا تنقل "المعلومات" وكفى، بل تنقل كمًّا ضخما من المعلومات. وبالتالي فإن إيصال ما يراد إيصاله إلى الفئات المستهدفة بها، لا يعتمد على توفر وسيلة النقل فقط، بل يعتمد أيضا على ارتفاع مستوى الوعي، الذي يوفر القدرة على التمييز ما بين الحق والباطل، والصحيح والخاطئ، والسمين والغث، والنافع والضار، ولا نزال نفتقر إلى جهود كبيرة تساهم في عملية التوعية، كما نفتقر إلى طاقات مبدعة قادرة على ضمان اقتران نقل المعلومات بتعزيز الوعي بمضامينها والاستفادة العملية منها.

4- التقنيات الشبكية سهلة نسبيا، وهذا ما جعلها مغرية، فإذا بقينا بهذا الصدد في حدود موضوع التغيير، نجدها أتاحت الفرص لأعداد كبيرة من الأفراد والجهات، تستخدم هذه التقنيات، أو تزعم استخدامها في عملية التغيير؛ وهو ما لم يسبب نشأة خليط من التصورات والأفكار المتفاوتة القيمة فحسب، بل أدى أيضا إلى تراكم محتويات مفيدة في الأصل، ولكن لا يفيد تكرارها الذي يستهلك الجهود والطاقات والاختصاصات والأموال،

وهي ظاهرة يؤمل أن تضحلّ جزئياً أو كلياً عبر تكثيف مساعي التنسيق ما بين الجهود المبذولة، وتحسين مردود توظيفها على طريق التغيير<sup>(23)</sup>.

بالرغم من ذلك فقد رأينا أن الرأي العام الإلكتروني أصبح حقيقي ولا بد من الاهتمام به وعدم تجاهله وهذا ما يجب على العاملين في ميدان الرأي العام تطوير وسائلهم وأدواتهم لتشمل هذا الأخير حتى لا يضاف إلى ميادين جهلنا جهلاً آخر.

### علم إستطلاعات الرأي العام :

نشأت إستطلاعات الرأي العام في الدول الديمقراطية كتوأم للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، ويذكر أن الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية كانت هي سبب ميلاد استطلاعات الرأي العام، وإنها كانت الدافع وراء الاهتمام المتزايد والتطوير المستمر لطرق قياس الرأي العام، وأيضاً لتحسين دقة التنبؤ بنتائج الانتخابات<sup>(24)</sup>.

وتمثل استطلاعات الرأي العام واحدة من المهام التي تلقى على عاتق مراكز البحوث ودوائر صنع القرار، بالإضافة الى وسائل الاعلام، التي راحت هي الأخرى تهتم بهذا الموضوع، انطلاقاً من مهمتها في الاطلاع على مسارات وإتجاهات الرأي العام، في القطاع الذي يريد الباحث أو المستطلع، أن يتوصل من خلاله الى نتائج عن مشكلة إجتماعية أو سياسية، أو التعرف على نتائج صناديق الاقتراع عند إجراء إنتخابات، من خلال استخدام الوسائل الاحصائية في الكشف عن النتائج المتوخاة.

إن مسألة استطلاعات الرأي العام قد تحولت في السنوات الأخيرة فعلاً الى (علم مستقل) له قواعده وأسس وطرق منهجيته. وهناك الكثير من مراكز متخصصة في إجراء استطلاعات للرأي العام حول قضية او مسألة او أي موضوع كان، ثم تذاق وتنشر نتائج تلك الاستطلاعات على شكل أرقام ونسب مئوية او إجابات وغير ذلك<sup>(25)</sup>.

ويجد الباحثون أن الاهتمام بدراسات الاستطلاع للرأي العام تعد حديثة العهد، وما زال الإلمام الكلي بها، لايرقى الى مستوى الطموح، ويمكن القول بأن السنوات العشرة الأخيرة شهدت طفرة كبيرة في محاولات تطوير هذا البرنامج في الواقع العربي، حيث لم يكن أحد يحفل باستطلاعات الرأي العام ونتائجها في معظم البلدان العربية، الأمر الذي يجعل من بحث دور هذه الاستطلاعات في صناعة القرار مسألة حيوية وربما تكون في وقتها، استنادا إلى الخبرة التراكمية التي تحققت لعدد من الدول العربية في هذا المضمار<sup>(26)</sup>.

### أساليب ووسائل قياس إستطلاعات الرأي العام:

قياس الرأي العام ليس بالمهمة اليسيرة ولكنه بالقطع ضرورة من ضرورات التحول إلى نظام سياسى حر يؤمن بحق الفرد في المعرفة وبحقه في الاختيار.

وهناك عدد من الوسائل التي يمكن استخدامها في التعرف على اتجاهات وميول المواطنين. إحدى هذه الوسائل المقابلات الشخصية التي يقوم من خلالها باحث ميدانى مدرب بإجراء مقابلة شخصية مع «مبحوث» بناء على استمارة مقننة للتعرف على اتجاهاته وميوله تجاه موضوع ما. وهناك أسلوب المقابلة الهاتفية. حيث يقوم الباحث بإجراء المقابلة من خلال الهاتف الأرضى أو المحمول.

وهناك أسلوب آخر يعتمد على إرسال الاستمارة بالبريد لمجموعة من الأشخاص يقومون بإعادة إرسالها بعد الرد على الأسئلة المتضمنة في الاستمارة، وفي ضوء تراجع البريد الورقى لصالح البريد الإلكتروني والانتشار الواسع للإنترنت ظهر اتجاه لتبادل هذه الاستمارات من خلال البريد الإلكتروني أو إتاحتها على موقع إلكترونى يقوم المستجيب من خلاله باستيفاء أسئلة الاستمارة وإرسالها مباشرة.

والأساليب المذكورة لكل منها مزايا وعيوب، ويفرض استخدام أى من هذه الأساليب محدودية على النتائج، يجب أن يفصح عنها القائم بالدراسة بشفافية وحيادية، وذلك من منطلق الالتزام الأخلاقى والمسؤولية المعنوية تجاه المجتمع الذى يتلقى نتائج استطلاعات الرأى العام، وغنى عن البيان أن الجمهور العام ليس بالضرورة متخصصاً فى هذه الجوانب المنهجية<sup>(27)</sup>.

والتجارب العالمية فى استخدام هذه الأساليب ثرية وتمتد لأكثر من قرن من الزمان والأدبيات العلمية زاخرة بالدروس يعرفها القارئون على إجراء استطلاعات الرأى العام، ويجب أن يعرفها الإعلاميون والمحللون السياسيون الذين يصدر عنهم فى بعض الأحيان أحكام إنطباعية ترسم صورة ذهنية عن إحدى وسائل قياس الرأى العام كأن يقال إن المقابلات الشخصية يتم «فبركتها» ولا يقوم الباحث بزيارة الأسر فى مساكنها وإنما يستوفى هذه الاستثمارات بنفسه، وهذه المقولة يمكن أن تحدث، ولكن حدوثها يعتبر بمثابة خرق للمهنية يجب ألا يدعونا لرفض أسلوب المقابلة الشخصية الذى يكون مناسباً فى بعض المواضع.

أو أن يقال إن أسلوب المقابلة الهاتفية غير ملائم للثقافة المصرية ولم يعتد عليه الشعب المصرى، وأن المواطن المصرى يخشى الإدلاء برأيه من خلال الهاتف، وهى مقولة تفتقر إلى الأسانيد العلمية السليمة وتتجاهل ثورة أدت إلى كسر حاجز الخوف لدى المصريين بصورة غير مسبوقه، وأدت إلى تحول لا تخطئه العين فى سلوك المواطن المصرى البسيط نجم عنه إهتمام بالشأن العام بعد أن كان موصوماً - ولعقود طويلة- بأنه يؤثر السلامة، وأنه غارق فى مشكلاته اليومية وغير معنى بالهم العام.

وقد وجدت استطلاعات الرأى العام المعنية بقياس تفضيلات المصريين نحو مرشحى الرئاسة بعد ثورة 25 يناير 2011 اهتماماً جماهيرياً واسعاً وطرحت وسائل الإعلام العديد من وجهات النظر. والاتجاه العام لهذه الأطروحات كان مرحباً بوجود

مراكز تعمل في مجال استطلاعات الرأي العام، باعتبار أن توافر قياسات للرأي العام تتم بحيادية ومهنية هو أحد متطلبات التحول الديمقراطي، وأن توفير هذه القياسات للمواطن يُلبى حقه في المعرفة، وهو حق أصيل كفله الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وكفلته الدساتير الوطنية في كل الدول التي تعتبر أن المواطن هو السيد.

إلا أنه لوحظ أيضاً أن هناك اتجاهاً آخر ذهب إلى التشكيك في استطلاعات الرأي العام واعتبرها كما لو كانت جريمة نكراء تنفذها مجموعات متواطئة مع أحد المرشحين بهدف التأثير في الرأي العام وليس قياسه بحيادية، ورد الفعل المتشكك في استطلاعات الرأي العام برمتها هو جزء من أزمة الثقة التي يعيشها المجتمع المصري والتي أدت إلى تقييم كل شيء انطلاقاً من الحكمة القائلة بأن سوء الظن من حسن الفطن، وعلى التوازي لا يتذكر معظم الناس أن بعض الظن إثم، وعلى صعيد آخر تناست هذه الآراء المشككة الدور الإيجابي الذي لعبته وتلعبه استطلاعات الرأي العام ليس فقط في الدول الديمقراطية ولكن أيضاً في دول أوروبا الشرقية في مرحلة التحول الديمقراطي ودول أمريكا الجنوبية، ناهيك عن الهند وعدد من الدول الأفريقية والآسيوية التي لا تختلف عن مصر في مستوى التعليم.

ويبدو هذا الاتجاه كما لو كان مؤيداً - ربما دون أن يدري - لمقولة إن الشعب المصري غير جاهز للديمقراطية، وهي مقولة تتنافى مع ما فرضته ثورة 25 يناير، ومع التسليم بأن التحول الديمقراطي لا يتم فوراً بمجرد قص الشريط وإنما يستغرق فترة، وأن هذه الفترة قد تشهد أخطاءً، ولكن يجب أن نتفق على أن اختصار هذه الفترة والحد من أخطائها هو رهن باستكمال البناء المؤسسي للدولة الحديثة وأحد أركانها وجود مراكز لها مصداقية في قياس الرأي العام.

## أنواع أخري لإستطلاعات الرأي العام:

تتعدد أشكال وأنواع الاستطلاعات في الرأي العام ومنها<sup>(28)</sup>:

### 1- الاستطلاعات السياسية:

تعتبر الاستطلاعات السياسية من أبرز وأهم استطلاعات الرأي العام، وهي الأكثر شيوعا، سواء الخاصة منها او تلك التي ليست خاصة تماما !

والاستطلاع السياسي يجري حول المواقف السياسية ويقوم به المرشحون أو جامعو التبرعات والاحزاب السياسية.

وفي حين أن أغلبية هذه الاستطلاعات قد تجري للاستخدام الخاص، إلا أن نتائجها غالبا ما تتسرب لوسائل الاعلام حين تخدم تغطيتها مآرب الجهة راعية الاستطلاع.

وثمة أنواع كثيرة ومختلفة من هذه الاستطلاعات، وقد صمم معظمها لمساعدة الحملات الانتخابية علي تركيز إستراتيجيتها. فقد لا يكون من المجدي مثلا، إنفاق أية نقود في الاجزاء الجنوبية من الولاية، إن كانت خسارة المرشح أكيدة هناك.

ويمكن للاستطلاع بيان المناطق الجغرافية القوية أو الضعيفة، أضيف الي ذلك، أن الاستطلاعات تحدد المواقف السياسية التي يمكن أن تساعد المرشح أو تضره.

وفي حين أن معظم المرشحين يصرحون بأنه ليس للأستطلاع "أي تأثير" علي موقفهم، فان العديد منهم يقرّون بأنهم لن يتمسكوا بمواقف لا تحظي بشعبية.

الواقع أن قلة قليلة من المحللين السياسيين يعتقدون أن هناك أعدادا كبيرة من السياسيين يحددون موقفهم من بعض القضايا دون النظر الي أرقام الاستطلاع.

كما يمكن لاستطلاعات الحملات الداخلية أن تساعد الصحفيين علي فهم الاسباب الكامنة وراء اتخاذ المرشحين، أو الحملات أو الاحزاب، أو جامعي الاموال، خطوات معينة. وتعتبر هذه المواضيع هامة للصحفيين المختصين في تغطية الاحداث السياسية<sup>(29)</sup>.

فالمرشحون يدخلون السباقات السياسية أو يتخذون مواقف معينة ويرمجون أحداث الحملة الانتخابية ويصدرون البيانات المعبرة عن موقف معين، وينسحبون، ويقررون تأييد الاخرين أو مهاجمتهم بعد مراجعة نتائج الاستطلاع.. وتلعب الاستطلاعات دورا مهما، وأن يكن خاصا في الكثير من هذه القرارات، حيث يمكن للصحفي الذي لديه مصادر جيدة أن يحدد الدور الذي لعبته الاستطلاعات.

ويضاف الي ذلك أن التأثير الاوضح للاستطلاعات السياسية الداخلية، يحدث حين تنتشر نتائجها، سواء عن عمد أو صدفة. وقد يتم تسريبها لدعم موقف معين.

ويمكن لهذا النوع من تسريب المعلومات أن يكون مضللا للغاية، لأنه ليس في وسع الصحفي في الاغلب الحصول علي المعلومات اللازمة لتقييم الاستطلاع بشكل صحيح.

وفي مثل تلك الاحوال يكون نشر النتائج عملا صحفيا سيئا، حيث أن من المستحيل تأكيد ما اذا كانت الارقام التي جري تسريبها تعكس أي شيء بشكل دقيق.

ومثال علي ذلك في احدي القضايا الشهيرة من هذا النوع، قام طاقم الرئيس الامريكي "ليندون جونسون" بتسريب استطلاعا عن نيوهمبشاير قبل انتخابات الرئاسة التمهيدية لعام 1968.

ويتم تسريب الاستطلاعات عادة لخدمة من يسربونها وينطبق الشيء ذاته علي مؤيد ساخط يسرب استطلاعا مؤذيا للمرشح الذي يناصره. ولا يجوز الابلاغ عن الاستطلاع دون التحقق منه بطريقة صحيحة.



ويمكن للاستطلاعات المسربة هذه أن تلعب دورا مهما في عملية الاخذ والعطاء السياسي. وغالبا ما يسرّب المرشحون الاستطلاعات ليظهروا للمرشحين الاخرين أن من الانسب لهم الانسحاب. وإمكانية الفوز هي غالبا محور الاستطلاعات المبكرة بهدف إخراج بعض المرشحين من السباق. وهذه المناورات قد تكون مهمة من الناحية السياسية، وغالبا ما يتم الإبلاغ عنها. ويجب علي السياسيين اللذين يريدون نشر هذه الاستطلاعات أن يكشفوا منهجيتها حتي يتمكن الصحفيون من تقييمها.

## 2- الاستطلاعات التتبع:

وتعتبر إستطلاعات التتبع نوعا خاص من الاستطلاعات يستخدمه السياسيون، وباتت تستخدمه وسائل الاعلام مؤخرا.

وتشمل هذه الاستطلاعات علي إجراء مقابلات مع عدد قليل من عينات مختارة تتم خلال فترة قصيرة من الوقت. مثل إحدي الامسيات. ثم تجمع نتائج عدة أيام " يومين أو ثلاثة أيام عادة" لتقديم عينة عن الرأي العام خلال تلك الفترة. ويتم أخذ عينة إضافية في كل ليلة، ويجري إسقاط أقدم ليلة من الاستطلاع وإضافة نتائج الليلة الاخيرة.

وتوفر هذه الاستطلاعات أداة لقياس تغير المواقف أكثر دقة من الاستطلاعات الاسبوعية المنتظمة<sup>(30)</sup>.

ولكن بسبب صغر عدد العينات، فإنها أكثر عرضة للوقوع في الخطأ بالإضافة الي بعض المشاكل المنهجية الخطيرة المحتملة، الا أنها يمكن أن تكون أداة مفيدة جدا لتتبع الرأي العام باستمرار ولفترة طويلة.

ومن المهم إدراك أن أي تغيير في الطرق المستخدمة قد يكون له تأثير كبير علي النتائج. فالانتقال من إعتقاد الاستطلاعات لثلاث ليال الي الاستطلاعات لليلتين قد يكون له تأثير كبير.

### 3- الاستطلاعات الزائفة:

وهي الاستطلاعات غير العلمية التي تولد أعظم ضجة في استطلاعات الرأي العام. ولكن الاستطلاع هو علمي بطبعته، وهناك أسماء عديدة لهذه الاستطلاعات الزائفة كان أفضلها مسمي استطلاع "سلوبس" الذي صاغه الدكتور "نورمان براد بيرن" من المركز الوطني لأبحاث الرأي.

وتتمثل كلمة "سلوبس" الاحرف الاولي من جملة "مسوحات الرأي العام المختارة ذاتيا والمواجهة للمستمعين".

وليس لهذه الاستطلاعات أية قيمة علي الاطلاق سوي اشباع فضول البعض. ويمكن أن تكون ممتعة للغاية ان لم تؤخذ علي محمل الجد.

فالاستطلاعات التي تتم عن طريق الاتصال الهاتفي حول ما اذا كان الناس سيطلبون "سرطان البحر لاري" أم لا؟ عبر برنامج ليلة السبت الحي والمباشر، أو إجراء إستطلاع عنمن هو أفضل ظهير ربعي في برنامج "بعد ظهر يوم السبت الماضي"، قد تكون ممتعة.

وتقع المشكلة حين تعامل هذه الاستطلاعات الزائفة وكأنها إستطلاعات ذات مغزي<sup>(31)</sup>.

كما أن بعض الصحفيين والمحرفين والمنتجين مفتونون بالاستطلاعات "السلوبس" وهي نوع من الاستطلاعات غالبا ما تشمل ألوف إن لم يكن مئات ألوف المشاركين. ولسوء الحظ فقد كان إستطلاع ال "لترري دايجست" كذلك، إلا أن هذه أسوأ.

#### 4- إستطلاعات الفاكس التي تجريها المجلات والصحف.

وهي أحد أنواع إستطلاعات "السلوبس" والذي تجرية المجلات والصحف بشكل دوري.

وفي هذه الحالة، تتضمن النشرة إستبياناً أو قسمة تعاد للنشر بعد الاجابة علي الاسئلة التي

تتضمنها.

والمحررون يميلون الي الدفاع عن تلك المحاولات بصفتها طريقة لدفع القراء الي المشاركة في

المطبوعة.

وهناك آراء تقول بأن إستطلاعات "السلوبس" إذا كان الهدف منها هو جمع المعلومات فإنها

تنجح في ذلك أما إستخدامها لقياس الرأي العام فإنها فاشلة فشلاً ذريعاً<sup>(32)</sup>.

#### وهناك إشكالية الاستطلاعات التي تجري بواسطة الهاتف الثابت أو المحمول:

يري بعض الخبراء في مجال إستطلاعات الرأي أن هناك إستطلاعات لا يمكنها أن تجري في الدول

النامية أو المتقدمة الا بإستخدام التليفون، وهي استطلاعات الرأي العام الخاصة بإنتخابات الرئاسة

يجب أن تتم بإستخدام الهاتف بنوعيه الثابت والمحمول، وذلك للأسباب الآتية كما يري ماجد عثمان

وزير الاتصالات الاسبق ومدير مركز دعم وإتخاذ القرار بمجلس الوزراء السابق وهي<sup>(33)</sup>:

1- استخدام الهاتف في إستطلاعات الرأي العام يسمح بإصدار النتائج في فترة زمنية وجيزة،

وهو عنصر حاكم عند إجراء استطلاعات للرأى العام حول انتخابات الرئاسة.

2- إستطلاعات الرأي التي أجراها المركز المصرى لبحوث الرأي العام «بصيرة»

حول إنتخابات الرئاسة يتم إجراؤها في يوم واحد، وذلك حتى نضمن أن اتجاهات

الرأى العام لم تتغير أثناء جمع البيانات، فمثلاً إجراء استطلاع الرأى العام

بالمقابلة الشخصية على مدى أسبوع لا يضمن أن اتجاهات الرأي العام تجاه المرشحين للرئاسة في اليوم الأول تتطابق مع اتجاهات اليوم الأخير، وهو تحول وارد في ظل الأحداث المتسارعة من دخول وخروج في سباق الرئاسة وتحالفات وحملات إعلانية ومناظرات تليفزيونية. وإذا كان إجراء مسح ميداني على مستوى الجمهورية ممكناً نظرياً في يوم واحد إلا أن ذلك سيكون بلا شك على حساب جودة جمع البيانات، وهي موامة تُعرض سمعة الجهة القائمة على الاستطلاع للخطر.

3- جرت العادة عند إجراء استطلاعات الرأي العام بواسطة المقابلات الشخصية أن يتم استبعاد سكان المحافظات الحدودية، وهي محافظات مطروح وسيناء الشمالية والجنوبية والبحر الأحمر والوادي الجديد، وذلك بسبب ندرة السكان من ناحية، وبسبب الانتشار الجغرافي الواسع في هذه المناطق. وهو ما يؤدي إلى ارتفاع تكلفة جمع البيانات إذا ما تم بأسلوب المقابلات الشخصية. أما في حالة استخدام الهاتف فلا يتم استبعاد المحافظات الحدودية ومن ثم لا يتم تغييب الرأي العام لسكان جزء عزيز على قلب كل مصري<sup>(34)</sup>.

4- تحليل مدى انتشار الهاتف الأرضي والمحمول على مستوى الجمهورية يُظهر النمو السريع في انتشار الخدمة الهاتفية، وتشير أحدث البيانات إلى أن 84% من الأسر المصرية لديها هاتف أرضي أو محمول، وأن هذه النسبة مرشحة للزيادة، ومقولة إن «الخدمة الهاتفية مقصورة على أصحاب الدخول المتوسطة والمرتفعة فقط» هي مقولة غير صحيحة إذا أخذنا في الاعتبار أن الخدمة الهاتفية تضم الهاتف الثابت والهاتف المحمول. وتجدر الإشارة إلى أن نحو 42% من الأسر المصرية لديها هاتف محمول وليس لديها هاتف ثابت، وهذه المجموعة من الأسر تشمل سكان الريف وسكان بعض المناطق العشوائية التي لا تتوفر فيها خدمات الهاتف الأرضي ومن المعروف أن جمع البيانات بأسلوب المقابلة الشخصية تكتنفه صعوبات مضاعفة في المناطق العشوائية والتي يمكن النفاذ إليها بسهولة من خلال الهاتف.

5- إن الأوضاع الأمنية التي يشهدها المجتمع المصري بنت حائطاً من الخوف من استقبال الباحث الميداني الذي يجرى مقابلة شخصية في المنازل، وهذا الشعور يؤدي إلى زيادة نسبة رفض المقابلات الشخصية. كما أن تنامي الاتجاه المحافظ يضيف أيضاً إلى نسب عدم الاستجابة في حالة المقابلات التي تتم من خلال زيارات منزلية. وتكمن خطورة ذلك في التحيز المحتمل في النتائج في ظل نسبة عدم استجابة مرتفعة لشرائح اجتماعية قد يكون لها سلوك تصويتي مختلف عن باقي شرائح المجتمع. ولا شك في أن استخدام الهاتف يتغلب على هذه العقبات.

6- هناك بعض الدعاوى تقول إن الهواتف قد تخضع للرقابة من جهات أمنية، ومن ثم فإن المواطن يخشى من الإدلاء برأيه من خلال الهاتف. وهذه الحجة لا تُرحج بأى حال من الأحوال تفضيل المقابلة الشخصية على الهاتفية، لأن المقابلة الشخصية تتم في المنازل ويكون عنوان المسكن معروفاً ومسجلاً في استمارة الاستقصاء، كما أن اسم الشخص وصورته يكونان معروفين لدى من يقوم بإجراء المقابلة. وإذا افترضنا فيه أنه «مباحث وليس باحثاً» فيمكنه تسجيل اللقاء وتصويره إذا أراد ذلك. ولكنني أرى أن هذه الدعاوى يجب أن تختفى في مصر الجديدة التي تتطلع إلى دستور يكفل الحريات وعلى رأسها حرية التعبير، وأن هذا الدستور سيواكبه، بلا شك، قوانين تجرم الكشف عن خصوصية البيانات الشخصية في التعدادات والمسوح الميدانية واستطلاعات الرأي العام.

والقانون المصري الحالي يتضمن نصوصاً تضمن الحفاظ على ذلك، وإن كانت العقوبات المنصوص عليها تحتاج إلى تغليظ لتحقيق مزيد من الضمانات لحرية التعبير والحفاظ على خصوصية المشاركين في استطلاعات الرأي العام.

7- ظهور إستطلاعات للرأي العام يتم إجراؤها بأساليب مختلفة كالهاتف والمحمول والإيميل هو ظاهرة صحية تصب في النهاية في صالح المواطن الذي

نهدف جميعاً - نحن العاملين في مجال الاعلام وقياس الرأى العام- إلى تلبية حقه في المعرفة وهذا التنوع في المنهجيات والأساليب يتيح للمواطن مساحة أكبر من الحقيقة التي ربما لا تنكشف من خلال مركز واحد أو منهجية واحدة.

8- إجراء إستطلاعات الرأى العام الخاصة بالانتخابات الرئاسية والبرلمانية يتم في معظم الدول وباستثناءات قليلة بإستخدام الهاتف الثابت والنقال. ومعظم المؤسسات العاملة في مجال قياس الرأى العام تستخدم عينة من الهواتف الثابتة والهواتف المحمولة، نظراً للتحوّل الذي يشهده العالم من الهاتف الثابت للمحمول. كما أن الاتجاه نحو استخدام الهاتف بنوعيه قد بدأ منذ عقود وتزايد هذا الاستخدام على نحو متسارع في كل دول العالم. ووفقاً لموقع مؤسسة جالوب وهى أكبر مؤسسة تعمل في مجال قياس الرأى العام في العالم، فإن معظم إستطلاعاتها تتم بإستخدام الهاتفين الثابت والمحمول<sup>(35)</sup>. وهذا الرابط يشير الى الاستطلاعات التي تجري عبر مؤسسة جالوب:

[www.gallup.com/poll/101872/how-does-gallup-polling-work.aspx](http://www.gallup.com/poll/101872/how-does-gallup-polling-work.aspx)

9- في محاضرة ألقاها «جون زغبى» في القاهرة يوم 8 مايو 2012، ومؤسسة «زغبى» هى إحدى أهم المؤسسات الأمريكية في مجال قياس الرأى العام، ولها عديد من الأنشطة التي تتم خارج الولايات المتحدة الأمريكية، من ضمنها نشاط أشار إليه صاحبها، وهو إجراء إستطلاع رأى عام حول تفضيلات المصريين للرئيس القادم، وفي نهاية المحاضرة سأله أحد الحاضرين حول إجراء استطلاعات الرأى بالهاتف ومدى دقة النتائج التي تعتمد على استطلاعات الرأى الهاتفية. وأجاب زغبى بعفوية: "أذكر أن مثل هذه النقاشات كانت تدور في الولايات المتحدة في نهاية الستينيات، ولكنها سرعان ما حُسمت".

## عوامل نجاح إستطلاعات الرأي والدراسة الميدانية :

تعد إستطلاعات الرأي العام وقياسه علي الانترنت ليس من المهام البسيطة والسهلة ولكنها من المهام الصعبة والمعقدة التي تحتاج الي العديد من الضوابط والاجراءات من أجل الاعتماد عليها، وهي ضرورة من ضرورات التحول إلى نظام سياسى حر يؤمن بحق الفرد في المعرفة وبحقه في الاختيار.

وهناك عدد من الوسائل التي يمكن إستخدامها في التعرف على إتجاهات وميول المواطنين، إحدى هذه الوسائل المقابلات الشخصية التي يقوم من خلالها باحث ميدانى مدرب بإجراء مقابلة شخصية مع «مبحوث» بناء على إستمارة مقننة للتعرف على إتجاهاته وميوله تجاه موضوع ما، وهناك أسلوب المقابلة الهاتفية، حيث يقوم الباحث بإجراء المقابلة من خلال الهاتف الأرضى أو المحمول.

هناك أسلوب آخر يعتمد على إرسال الاستمارة بالبريد لمجموعة من الأشخاص يقومون بإعادة إرسالها بعد الرد على الأسئلة المتضمنة في الاستمارة، وفي ضوء تراجع البريد الورقى لصالح البريد الإلكتروني والانتشار الواسع للإنترنت ظهر إتجاه لتبادل هذه الاستمارات من خلال البريد الإلكتروني أو إتاحتها على موقع إلكترونى يقوم المستجيب من خلاله بإستيفاء أسئلة الاستمارة وإرسالها مباشرة

يطلق عليها في معظم الاحيان بإستطلاعات الرأي العام، فقد توالى في الشهور الاولي من ثورة يناير 2011 مجموعة مما سمّته بعض المراكز البحثية «استطلاعات رأى» حول المرشحين للانتخابات الرئاسية ومدى شعبيتهم، وعندما نرى نتائج هذه الاستطلاعات نجد أنها ينقصها الشفافية والوضوح، وأنها لم تزد على أنها توجيه للرأى العام نحو «س» أو «ص»، وذلك لرفع أسهم من تصب هذه الاستطلاعات في مصلحتهم ومن أمثلة المراكز التي تخرج مثل هذه الاستطلاعات مراكز حكومية وتابعة

لمؤسسات صحفية كبرى ومراكز خاصة، وعندما نتعرض لتفاصيل هذه الاستطلاعات نجد أن العينات التي أجرى عليها الهدف البحثي لا تزيد عن ألف شخص، بل وصلت العينات في بعض الأحيان إلى 500 شخص، وعلمت أن بعض هذه المراكز تجرى إستطلاعها بين أشخاص معينين لديها من حيث التوجهات السياسية، ثم نجد أنفسنا في اليوم التالي أمام منشآت للصحف تؤكد إجماع المصريين على أحد المرشحين كما حدث في الانتخابات الرئاسية عقب ثورة يناير 2011<sup>(36)</sup>.

يؤكد الخبراء أن الدراسة الميدانية تعتبر من أهم الدراسات التي تجرى في مجال قياسات الرأي العام، وذلك من خلال عدة أساليب:

مثل: إستخدام صحيفة إستقصاء بالمقابلة أو إستخدام صحيفة إستقصاء تسلم باليد للمبحوث أو ترسل إليه بالبريد.

### وعن أهم هذه العوامل :

1- تحديد الهدف من الدراسة الميدانية: فلا بد من المرحلة الأولى من مراحل تصميم صحيفة الأستقصاء المستخدمة في بحوث الرأي العام، من تحديد أهداف الدراسة بوضوح ودقه لا غموض فيها.

ويقول (ليندبرج) في ذلك "لا تحاول أن تعد صحيفة قبل أن تلخص غرض الإستطلاع وتختار العينة المناسبة لتحقيقه".

### 2- تحديد البيانات المطلوب جمعها:

فبعد تحديد أهداف الدراسة تأتي تحديد البيانات المطلوبة أو المطلوب جمعها، ولابد من إعداد جداول خيالية وإدخال أرقام صورية فيها، من أجل تحديد طرق معالجة



هذه البيانات، وتحديد مدى فائدة البيانات في تحقيق أهداف الدراسة، وحذف الأسئلة التي لا تفيد تحقيقها<sup>(37)</sup>.

وعند تحديد البيانات المطلوب جمعها ينبغي الرجوع الى الأتي:

- التراث العلمى واستمارات الإستقصاء التى سبق إعدادها فى بحوث مماثلة لمراجعة أسئلتها وتحسين ما قد يتراءى تحسينه منها أو إعادة صياغته ليخدم الدراسة.

- تحليل الامثلة المثيرة للاستبصار.

- جمع الآراء المتصلة بالموضوع فى وسائل الاعلام المختلفة.

- الرجوع الى الخبراء والمتخصصين فى مجال الدراسة.

- إجراء دراسة استطلاعية

### 3- تحديد نوع صحيفة الدراسه الميدانية:

تؤكد الدراسات العلمية أن هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية فى مجال قياس الرأى العام هما<sup>(38)</sup>:

أ- صحيفة الأستقصاء التى ترسل بالبريد أو تسلم باليد للمبحوث الذى يقوم بالرد على الأسئلة كتابة بنفسه.

ب- صحيفة المقابلة التى يقوم فيها الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل إجاباته.

فقد تتميز صحيفة الأستقصاء التى يملأ المبحوث بياناتها بنفسه بأنها أقل وسائل الدراسة الميدانية فى مجال إستطلاع الرأى العام تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال.

ويمكن بها الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد وتوفر ظروف التقنين أكثر من أى وسيلة أخرى، وذلك بالتقنين فى الألفاظ وترتيب الأسئلة.

كما توفر وقتا للمبحوث للأجابة على الأسئلة أكثر مما لو سئل وطلب الأجابة مباشرة عقب توجيه السؤال.

وهناك ميزة أخرى وهى أن صحيفة الأستقصاء يمكن بها الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى حينما تحتم طبيعة الأستطلاع توجيه أسئلة قد يتردد الفرد فى الأجابة عليها بصراحة.

ومن جانب آخر هناك عيوب لهذا النوع من الصحائف تتمثل فى عدم إمكانية إستخدامها مع الذين لا يعرفون القراءة والكتابة ومن الأمين، مما قد يؤثر على طبيعة العينة وتركيبها.

فقد أثبت بعض الدراسات أن النتائج التى نحصل عليها من تحليل النتائج الأولية لصحيفة الأستقصاء بعد ملئها بواسطة فئة محددة من العينة تختلف عن النتائج النهائية بعد ملء الصحيفة من العينة كلها.

علاوة على أن الباحث يفقد إتصاله الشخصى بعينة الدراسة أو الأستطلاع، مما يحرمه من معرفة ردود الفعل وإستجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة أو الأستطلاع ومن العيوب أيضا أن الكثير من المصطلحات والكلمات فيها قد تحمل أكثر من معنى لمختلف فئات الرأى العام ومما يقلل من قيمة الإستطلاع لعدم وجود الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للسؤال أو المصطلحات الواردة بالأستطلاع<sup>(39)</sup>.

وبالنسبة لصحائف الاستقصاء بالمقابلة فتتميز بجمع البيانات من المبحوث وجها لوجه، مما يمكن الباحث من معرفة صورة النفس البشرية: مستعرضة ومتعمقة، وإستقصاء الموضوعات غير المعروفة والتي تجهل جوانبها المهمة.

كما تعتبر المقابلة إحدى الوسائل الهامة من أجل تحليل ما بداخل الإنسان من أمور وأشياء معلنة، وتشرح ما يكون غامضا من الأسئلة على أنها علاوة تكشف التناقض في الأجابات مما يمكن من الحكم على مدى صدق الأجابات أكثر مما يحدث في الاستقصاء البريدي أو بالهاتف العادي، أو بالهاتف المحمول.

وتقتصر عيوب هذا النوع من صحائف الدراسة، أو الاستطلاع في إحتياجها الى وقت أطول، وجهد أكبر، وباحثين مدربين، وأمناء أكثر.

#### 4- إعداد إستمارة أو صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية:

فقد يمر إعداد صحيفه الاستبيان أو الاستقصاء في صورتها الأولية بالخطوات الآتية:

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

ب- كتابة الأسئلة التي تدرج تحت كل موضوع من موضوعات الصحيفة ومراعاة الأعتبارات المنهجية والصيغة في لغة هذه الأسئلة.

#### 5- مراجعة الصحيفة منهجيا وعمليا:

تأتي مراجعة الصحيفة الاستقصائية منهجيا وعلميا كخطوة هامة من خلال عرضها على

مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين والخبراء الممارسين وذلك بهدف:

أ - دراسة الشكل العام لتكوين صحيفة الاستقصاء.

ب- مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاية الأسئلة في تحقيق أهداف دراسته أو الأستطلاع.

ج - مراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقي والسيكولوجي من وجهة نظر المبحوث.

د- مراجعة صياغة الأسئلة والتأكد من وضوحها.

س- مراجعة المادة العلمية الواردة في الصحيفة ومدى إرتباطها بأهداف الدراسة أو الإستطلاع ومدى كفايتها في الإجابة على تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصصين والممارسين.

ص- إكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات الواردة في الصحيفة وإستكمالها<sup>(40)</sup>.

#### 6- الإختبار القبلي PRE- TEST

ويقصد به إجراء إختبار بسيط للصحيفة على عينة صغيرة جدا ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثي، والتعرف على مدى وضوح الأسئلة، ومدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه، والتعرف على الأسئلة التي قد تسبب حرجا للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة، وذلك لإعادة النظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها، أو التعرف على معدل الإستجابة ومشكلات العمل الميداني والزمن الذي يستغرقه ملء الصحيفة الواحدة.

بالأضافة الى إقفال بعض الأسئلة المفتوحة بعد حصر الاحتمالات المختلفة للإجابة.

فإذا إقتضت نتائج الأختبار القبلى تغيرات جوهرية فى الصحيفة وحب إجراء إختبار، وقد تتكر هذه الإختبارات ثلاث أو أربع مرات - إذا سمحت طبيعة الدراسة أو الأستطلاع - قبل الإستقرار على الوضع النهائى الأنسب للصحيفة.

#### 7- إعداد صحيفة الأستقصاء فى صورتها النهائية.

عندما تنتهى من الخطوات الست السابقة، تتم مراجعة صحيفة الإستقصاء ومراجعة نهائية، وذلك من حيث الشكل العام وترميزها والحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعداد هذه الموافقا.

مثال على ذلك: بعض الجهات والوزارات المعنية فى بعض البلاد العربية التى تعطى تصاريح لعمل مثل هذه الدراسات.

ومثال آخر: الجهاز المركزى للتعبئه العامة والإحصاء فى مصر والذى يعد من أهم الجهات التى ينبغى الحصول على موافقتها وفقا لطبيعة الدراسة.

ومن الأفضل من وجهة نظر الخبراء فى مجال إستطلاعات الرأى العام ترميز صحيفة الإستقصاء عند إعدادها، حيث ينبغى التفرقة بين نوعين من الأسئلة عند الترمز وهى الأسئلة المغلقة التى تعرف احتمالات إجاباتها سلفا، والتى يجب أن ترمز فى مرحلة إعداد الصحيفة، أما الأسئلة المفتوحة فترمز عادة بعد إنتهاء العمل الميدانى.

كما يرى الخبراء أن ينبغى إعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة بتحديد رقم العمود أو أرقام الأعمدة التى ستخصص لكل سؤال فى كشوف التفریح.

وهناك قاعده تقول بأن السؤال الذى لا يحتمل الإجابة واحدة يخص له عمود واحد، أما السؤال الذى يحتمل أكثر من إجابة فيخصص لكل إجابة محتمله عمود قائم بذاته.

ب - الإعتبارات الهامة فى صياغة أسئلة صحيفة الأستقصاء وهى<sup>(41)</sup>:

أنواع الأسئلة:

فقد قسم الخبراء أسئلة صحيفة الإستقصاء في بحوث الرأى العام من حيث الشكل والمضمون

الى:

أ- من حيث الشكل تنقسم الأسئلة الى:

1- الأسئلة المغلقة: وهى الأسئلة التى يندرج معها إجابات محددة كبدائل لأختيار واحد منها أو

أكثر، وتتعد البدائل على النحو الأتى:

- قد تكون البدائل بنعم أو لا

مثال على ذلك: هل شاهدت مباراة الأهلئ والزمالك أمس؟

• نعم

• لا

- البدائل قد تكون فى صورة درجات للموافقة أو الأعتراض مثل السؤال التالى:

س: ما رأئك فى السياسات التى يطرحها برنامج الحزب الوطنئ الديمقراطئ فى مصر:

\* أوافق

\* لا أوافق

\* لا رأئ لئ

- البدائل قد تكون فى صورة مجموعة من الإجابات يختار منها المبحوث واحدة أو

أكثر منها على النحو الأتى:

## مثال على ذلك:

س: ماهى الصحف المصرية التى تقرأها كل يوم عادة مما يلى:

- الأهرام \* الأخبار \* أخبار اليوم \* الجمهورية \* الوفد \* المصرى اليوم \* الشروق \*  
الدستور \* صوت الأمة \* الرأى \* الأهرام المسائى \* اليوم السابع \* صحف أخرى تذكر.

2- الأسئلة المفتوحة: وهى التى تسمح بإجابة حرة من المبحوث كما يتراءى له، وفى مجال قياس

الرأى العام ينبغى على الباحث تسجيل الإجابة كما يتذكرها المبحوث حرفياً، ومن نماذج الأسئلة  
المفتوحة النهاية

## مثال على ذلك:

س: إذا توقفت الصحافة القومية فى مصر تفتكر ما هو البديل لهذه الصحف؟

ولكل نوع من الأسئلة مميزات وعيوب، حيث تتميز الأسئلة المغلقة بعدة مميزات منها أنها

يمكن تفرighها وتحليلها بأقل جهد وتكلفه، وتمكن الباحث أو هيئة الاستطلاع من التأكد أن الأجابات  
لن تخرج عن الأطار المرجعى المحدد لإحتمالات الإجابة.

مثال: هل أنت متزوج؟

• نعم

• لا

أما أهم عيوب الأسئلة المغلقة فتتمثل فى أنها تفرض توجيهها معينا على إجابات المبحوثين من

ناحية، وقد لا يجد المبحوث إجابهته بين الاحتمالات المطروحة من ناحية أخرى.

بينما تتميز الأسئلة المفتوحة النهاية بأنها تتيح الفرصة أمام المبحوث للتعبير عن آرائه دون إرغامه على الاختيار من بين البدائل عن "إجابة أخرى تذكر التي تتطلب منهم جهداً إضافياً في تحديدها"

وعن عيوب الأسئلة المفتوحة فإنها تتمثل في صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال<sup>(42)</sup>.

### ب - من حيث المضمون تنقسم الأسئلة الى:

1- أسئلة الحقائق: المقصود بها نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها، فالسؤال قد يكون من أسئلة الحقائق وتكون إجابته غير حقيقية.

ولكن الهدف منها هو التأكد من حقائق معينة عند الفرد.

مثل: السن، النوع منطقة الإقامة، الحالة الاجتماعية.

3- أسئلة الرأي: وتعتبر ركيزة قياسات الرأي العام، ومن أهم سمات هذه النوعية من الأسئلة أن الإجابة عليها تحتاج الى تفكير، ولا توجد إجابة صحيحة واحدة على هذا السؤال كما في أسئلة الحقائق.

مثال: هل توافق على إشراف القضاة على الانتخابات العامة؟

. يوافق

• يوافق بشروط تذكر

• لا يوافق



## أساليب إستطلاع الآراء وإمكانات التلاعب في عقول الناس وضمايرهم:

ومن هذه الأساليب اعتماد طرق وآليات ملتوية تستغل المستفتى والمطلوب رأيه في مصلحة بعض القوى دون غيرها ومن هذه الأساليب:

- هناك إستفتاءات وإستطلاعات للرأي تعلن عن نتائج إستباقية لتوجهات الرأي العام المراد منها الإيحاء للناخبين ان الحزب الفلاني او الشخص الفلاني او الشركة الفلانية قد حازت على أغلبية أصوات من تم استطلاع آراءهم وهو توجيه للرأي باتجاه معين لان الخيار الأخر سيكون خاسرا لعدم امتلاكه للشعبية حيث تجري هذه الممارسة وفق ما يسمى نظرية التأثير (الانجاعي) لاستطلاع الرأي، اي القدرة المزعومة لاستطلاعات الرأي على تصوير مرشح ما على انه الفائز او الخاسر، ومن ثم قدرتها على تأدية وظيفة ذات انجاز ذاتي وطبقا لهذه النظرية فان المرشح الذي تظهره الاستطلاعات الأولية متمتعا بالشعبية ومتقدما على منافسيه أصبح في مقدوره اكتساب المزيد من التقدم على أساس ما يسمى بالتأثير (الانجاعي)، وبالعكس يحدث مع المرشح الطموح الذي لا يحرز في الاستطلاعات الأولية سوى القليل من الأصوات<sup>(43)</sup>.

- نوعية الفئات المختارة في الاستطلاع والتي غالبا ما تكون من القوى ذات التوجه المحسوم لحساب وإرادة من يقف وراء المستطلع سواء بالسلب او الإيجاب.

- طريقة طرح السؤال المتضمن إيحاءا بالإجابة نفيًا او قبولا حسب هوى المستطلع وتطلعاته.

- ظرف إجراء الاستطلاع والتي تكون معلومة بالنسبة للقائم بالاستطلاع بحيث يكن عاملا مساعدا يصب باتجاه رغبة القوى طالبة الاستطلاع.

- جنس وعمر وقومية ومهنة المستطلعة آراءهم، هذه الصفات التي يتم اختيارها لتصب في مصلحة إرادة معينة وبالضد من إرادة القوى المنافسة، تبعاً لمدى انسجام هذه الإرادات مع أو ضد مصالح هذا لجنس وهذه الفئة العمرية أو هذه الطبقة أو هذه المهنة.

- بلاضافة الى الدوافع لقوى الوطنية سواء سياسية أو اقتصادية فان بلصالح حكومة نبيه تتحايل في طريقة وأسلوب استطلاع وتوجيه الرأي العام ليصب في مصلحتها وذلك عبر بعض الأشخاص أو الشركات الوطنية ومن هذه الممارسات ما تقوم الولايات المتحدة الأمريكية كما يذكر هيربرت شيلر ان الركيزة الأساسية لبرنامج البحث (لوكالة الاستعلامات الأمريكية) هو استطلاع الرأي العام، الذي يتم إجراءه في كل منطقة متاحة للباحثين المتخصصين في الاتصال. والشئ المشترك في كافة الاستطلاعات هو أنها لا يتم إجراؤها بصراحة لصالح حكومة الولايات المتحدة، فالإجراء التقليدي المتبع هو التعاقد مع شركة خارجية، عادة ما يكون مقرها في البلد الذي يتم استطلاع الرأي فيه، للقيام بإجراء البحث<sup>(44)</sup>.

#### أمثلة لاستطلاعات الرأي "الحكومية" الموجهة<sup>(45)</sup>:

- إستطلاع رأي حول خدمات الحكومة الألكترونية - تقرير مقارن

تم بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار

[مصر] 16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول أزمة أنابيب البوتاجاز

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول مشاكل المرور المصري - تقرير مقارن

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول قانون الضرائب العقارية الجديد

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين ببعض محافظات الجمهورية حول تجربة البطاقات التموينية

الألكترونية

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي أصحاب المحالّ التموينية ببعض محافظات الجمهورية حول تجربة البطاقات

التموينية الألكترونية

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول استهلاك الأسر المصرية من اللحوم الحمراء في ظل ارتفاع

أسعارها

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول مكانة المرأة في المجتمع المصري - تقرير مقارن

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي حول جودة المواصلات العامة - تقرير مقارن

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول تقييم أداء الحكومة - تقرير مقارنة

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

والجدير بالذكر أن معظم مثل هذه الاستطلاعات كانت تجري لصالح الحكومة المصرية وتوجيه الرأي العام نحو تقبل كل ما تقوم به الحكومة تجاه شعبها، حيث أن مركز دعم وإتخاذ القرار هو مركز حكومي تابع لمجلس الوزراء ونتائجه دائماً تكون في صالح الحكومة ورئيس الدولة وحزبه الحاكم.

**أهم استطلاعات الرأي العام بعد 25 يناير 2011**

- استطلاع رأي المصريين في العلاقة بين الشرطة والشعب

في ظل حالة التوتر وانعدام الثقة المستمرة بين جهاز الشرطة والمواطنين في مصر والتي ظهرت بشكل كبير بعد ثورة 25 يناير، أصبح هناك حاجة ملحة لإعادة بناء جسر الثقة بين المواطنين في مصر ورجال الشرطة، والتأكيد على دور جهاز الشرطة في حفظ الأمن والاستقرار، ومنع الجريمة وتطبيق القانون. لذا قام مركز استطلاع الرأي العام بإجراء استطلاع للرأي على عينة من المواطنين البالغين (18 سنة فأكثر)، بهدف معرفة مدى شعورهم بالأمان في الوقت الحالي، بالإضافة إلى معرفة آرائهم في العلاقة بين المواطنين والشرطة، ومقترحاتهم لتحسين هذه العلاقة. وقد بلغ عدد الاستجابات الفعلية 1035 استجابة.

تاريخ الاصدار 2011/04/01

- استطلاع رأي حول إنفاق أولياء الأمور على المستويات المختلفة من التعليم

يُعد توفير الميزانيات المطلوبة لتطوير وتحسين العملية التعليمية في مصر أحد أهم التحديات التي تواجهها الحكومة المصرية، وفي ظل انخفاض جودة الخدمات التعليمية الحكومية، اتجه أولياء الأمور إلى طرق أخرى للحصول على تعليم أفضل لأبنائهم، مثل الدروس الخصوصية، كما اتجه القادرون منهم للتعليم الخاص أو الدولي، والتي تُعدُّ جميعها عبئاً على الأسر المصرية. وفي هذا الإطار قام مركز استطلاع الرأي العام بإجراء استطلاع لرأي عيّنة من أولياء أمور الطلاب في مراحل التعليم قبل الجامعي، حول إنفاقهم على المستويات المختلفة من التعليم. وقد تم استطلاع رأي 2131 ولي أمر لديهم 4040 طالباً في مراحل التعليم قبل الجامعي

تاريخ الاصدار 2011/03/01

- رؤية المواطنين لأوليات القضايا التي يجب أن تعمل الحكومة عليها

يتجه اهتمام متخذ القرار والحكومة في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011 إلى اجتياز مرحلة ما بعد الثورة بما يؤدي إلى العبور بالدولة المصرية إلى الاستقرار والأمن، وترسيخ المبادئ التي قامت عليها الثورة. وفي هذا الإطار أجرى المركز استطلاع لرأي المواطنين حول أولويات القضايا التي يجب أن تعمل عليها الحكومة في فترة ما بعد الثورة

تاريخ الاصدار 2011/03/01

- 1- أحمد مبارك، مليون مصري ينضمون لـ"فيس بوك" بعد الثورة، تقرير منشور في جريدة المصري اليوم، القاهرة: مؤسسة المصري اليوم، العدد 2501 السنة السابعة، بتاريخ 19-4-2011.
- 2- أبو الحجاج أسامة - (دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت)، نهضة مصر - القاهرة - 1998.
- 3- السيد سمير - (محاضرات في شبكة المعلومات العالمية)، مكتبة عين شمس - القاهرة - 1997.
- 4- محمد خليل، الرأي العام الاليكتروني، مقال منشور في منتديات طلبة علوم الاتصال والاعلام جامعة عبد الحميد ستغانم، بتاريخ 9-6-2009.
- 5- محمد جمال عرفة، الرأي العام الاليكتروني، في المصدر السابق نفسه.
- 6- المصدر السابق نفسه.
- 7- محمد خليل، مصدر سابق.
- 8- أبو الحجاج أسامة، مصدر سابق.
- 9- السيد سمير، مرجع سابق.
- 10- أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، مرجع سابق.
- 11- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، نحو مفهوم عربي إسلامي للمجتمع المدني، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص18.

12- المرجع السابق نفسه.

13- مواقع عربية وهي:

اليوم السابع المصري 2010-11-10. [/http://www1.youm7.com](http://www1.youm7.com)

موقع جريدة المصري اليوم - القاهرة. [/http://www.almasryalyoum.com](http://www.almasryalyoum.com)

موقع المحيط الإخباري. [/http://www.moheet.com](http://www.moheet.com)

14- موقع الجزيرة نت [/http://www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

موقع مصر اوي - القاهرة [/http://www.masrawy.com](http://www.masrawy.com)

موقع اسلام اون لاين [/http://islamonline.net](http://islamonline.net)

15- مواقع أجنبية مثل:

[www.victimology.com](http://www.victimology.com)

[www.elaph.com](http://www.elaph.com)

[www.alrai.com](http://www.alrai.com)

16- عاطف عدلى العبد، فوزية العلى، دراسات فى الإعلام الفضائى، (القاهرة: دار الفكر العربى،

(1995).

17- موقع أخري مثل

[www.crime-prevention.org](http://www.crime-prevention.org)

[www.unicri.it](http://www.unicri.it)

- 18- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، نحو مفهوم عربي إسلامي للمجتمع المدني، مرجع سابق.
- 19- عمر هشام ربيع، الرقابة السياسية في النظم السياسية، مرجع سابق.
- 20- محمد جمال عرفة، الرأي العام الاليكتروني، مرجع سابق.
- 21- المرجع السابق نفسه.
- 22- المرجع السابق.
- 23- المرجع السابق.
- 24- ماجد عثمان، استطلاعات الرأي العام.. كيف تكون صادقة؟، مقال منشور في جريدة المصري اليوم، 23 / 4 / 2012.
- 25- بيير حنا إيواز، إدارة استطلاعات الرأي العام، مقال منشور في مجلة البطيريركية السريانية، بدمشق، العدد: نيسان- ك1 / 2007.
- 26- حامد شهاب، إستطلاعات الرأي العام. والمصادقية، مقال منشور في موقع قراءات علي النت 28-4-2012.
- 27- ماجد عثمان، إستطلاعات الرأي العام الهاتفية في الميزان، مقال منشور في المصري اليوم، 12-5-2012.
- 28- شيلدون آر. جاوايزر: جى-إيفانز ويت، الصحافة والرأي العام، ترجمة هشام عبد الله، (عمان: دار الأهلية، 1997).



29- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز وبيت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشام عبد الله، مرجع سابق.

30- المرجع السابق نفسه.

31- هاني صلاح الدين، صناعة رأى وليس استطلاع رأى، مقال منشور في اليوم السابع، الخميس، 17 مايو 2012).

32- المرجع السابق.

33- ماجد عثمان، إستطلاعات الرأى العام الهاتفية في الميزان، مرجع سابق.

34- المرجع السابق نفسه.

35- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهر: عالم الكتب، 1992).

36- محمد عبد الحميد، الجمهور في بحوث الإعلام (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، 1989).

37- ماجد عثمان، استطلاعات الرأى العام.. كيف تكون صادقة؟، مقال منشور في جريدة المصري اليوم، 23 / 4 / 2012.

38- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز وبيت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشام عبد الله، (عمان: دار الأهلية، 1997).

39- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز وبيت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشام عبد الله، مرجع سابق.

40- المرجع السابق نفسه.

41- المرجع السابق نفسه.

42- هربرت أ.شيلر-المتلاعبون بالعقول، مقال منشور في: عالم المعرفة، شبكة النبا المعلوماتية-

الاحد 1/آذار/2009 - 3/ربيع الاول/1430.

43- صدفة محمود ونجوان فاروق شبيحه، دور إستطلاعات الرأي العام في صنع السياسات

العامّة، بحث مقدم الى مؤتمر استطلاعات الرأي العام واتخاذ القرار-النظرية والتطبيق، (فبراير 2007)، العراق.

44- المرجع السابق نفسه.

45- تقرير إستبيانات لعام 2010، مركز دعم وإتخاذ القرار، (القاهرة: مجلس الوزراء، القاهرة،

2010).

## الفصل السادس

---

### أدوات البحث في الرأي العام



تعتبر الرسالة الاعلامية أحد العناصر الاساسية والهامة في عملية الاتصال بكافة أنواعه، لأنها المضمون الذى يسعى القائم بالاتصال لتوصيلة الى الجمهور المستهدف.

ويعتبر تحليل المضمون أو المحتوى هو الوسيلة الاساسية للكشف عن ماهية المضمون والشكل وأشياء أخرى كثيرة تتصل بذلك المصدر وقدراته وشخصيته ودوافعه وإتجاهاته وقيمه.

ولقد بدأ إكتشاف تحليل المضمون فى النصف الاول من القرن العشرين فى العالم العربى، وإتجه بعض الباحثين الى تطبيقه فى دراساتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. كما بدأت دراسات تحليل المضمون فى مصر منذ الستينات وإزدهرت إستخداماتها عاما بعد عام وإعتمدت عليه مئات الرسائل والبحوث سواء بمفردها أو فى إطار منهجى متكامل يدرس الرسالة والمتلقى وأساليب الممارسة<sup>(1)</sup>.

### تحليل المضمون:

تعريف تحليل المضمون: هناك العشرات من التعاريفات لتحليل المحتوى من أهمها تعريف "بيرلسون" بأنه أحد الاساليب البحثية التى تستخدم فى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الاعلامية وصفا موضوعيا وكيميا.

بينما دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تعرف تحليل المضمون بأنه أحد المناهج المستخدمة فى دراسة محتوى رسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وذلك بإختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها، كيميا وكيفيا على أساس خطة منهجية منظمة<sup>(2)</sup>.

## إستخدامات تحليل المضمون:

هناك نموذج معروف لاستعمالات تحليل المضمون كما يقول الدكتور عاطف العبد في كتابه:

الرأى العام وطرق قياسه وهى:

من؟ - يقول ماذا؟ - بأى وسيلة؟ - لمن؟، وبأى تأثير؟

## وحدات تحليل المضمون:

وحدة التحليل هى الشئ الذى نقوم حقيقة باحتسابه وهى أصغر عنصر فى تحليل المضمون

وأكثرها أهمية، وأهم وحدات المحتوى خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية وهى<sup>(3)</sup>:

### 1- وحدة الكلمة:

وهى أصغر الوحدات وتتضمن الكلمة ومكوناتها كالجمل مرادفة لما أطلق عليه "لازويل" الرمز

وليس المصطلح.

وتكمن صعوبة تحليل الكلمة فى حالة تعبيرها عن رمز أو فى حالة الكشف عن بعض المفاهيم

المجردة كالحرية أو الديموقراطية او العدالة.

### 2- وحدة الموضوع أو الفكرة:

وتعتبر أكثر الوحدات إستخداما فى مادة الاتصال والشائعات والنكت.

والموضوع فى صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة مثلا: "فعل ومفعول" أو عبارة أو فقرة

تتضمن الفكرة التى تدور حول مسألة معينة.

3- وحدة الشخصية: ويكثر استخدامها في تحليل القصص والافلام والتراجم... الخ. وهناك فرق بين وحدتي الكلمة والشخصية في حالة الاشخاص فالاولى تهتم بشخص معين لأنه يعبر عن فكرة أو إتجاه بينما الثانية بتحليل الشخصية وتتطورها في عمل أدبي أو في التراجم والسير.

#### 4- الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية:

وهي التي يستخدمها منتج المادة الاعلامية لتقديمها الى جمهوره، مثل الكتاب، الفيلم العمود، المسلسلات، والمسرحيات، والبرامج الشائعة... الخ  
ويمكن تقسيم هذه الوحدة الى أقسام فرعية، مثل برامج ترفيهية وبرامج جادة، ويمكن تقسيمها الى برامج طوائف مثل برامج للشباب، برامج للعمال، برامج للمرأة.

#### 5- وحدة مقاييس المساحة والزمن:

يلجأ الباحث الى بعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التي شغلتها المادة الاعلامية المنشورة في وسائل الاعلام المطبوعة أو الزمن الذي استغرقته المادة المذاعة أو المبتثة للتعرف على مدة الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الاعلامية المختلفة موضع التحليل.  
وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السننيمتر، والمسموعة والمرئية الثانية أو الدقيقة.

#### - فئات تحليل المحتوى:

تقسيم فئات تحليل المضمون الى نوعين<sup>(4)</sup>:

1- فئة الموضوع "ماذا قيل؟"

2- فئة الشكل "كيف قيل؟" وشرحا كالآتي:

أولاً:- فئات الموضوع: ماذا قيل ؟ وتشمل:

أ- فئة موضوع الاتصال: وتعتبر أكثر الفئات إنتشارا وتجب علي سؤال رئيس:علام تدور مادة الاتصال، وكل بحث له فئاته.

مثال: موضوع الشائعات يمكن تقسيمها الي سياسية - إقتصادية -

ب- فئة إتجاه مضمون الاتصال:

وتوضح هذه الفئة مدي تأييد أورفض قضية ما، وتقسم الي: إيجابي، معتدل، أو التسامح - الحركات، إيجابي، سلبي.

ويحدد الخبراء أن مضمون الاتصال يكون إيجابيا عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة ويتجنب النواحي السلبية مع التركيز علي المستقبل المشرق، والعكس صحيح.

ج- فئة القيم:

ويطلق عليها الباحثون بعض المسميات مثل: الاهداف، الاحتياجات وتستخدم للتعرف علي الهدف أو القيمة التي يسعى القائم بالاتصال الي تحقيقها.

د. فئة السمات:

وتستخدم لوصف خصائص الافراد، كالسن، والنوع والاقامة... الخ

وهذه الفئة مفيدة في معرفة خصائص مروجي الشائعات.

هـ - فئة مصدر المعلومة:



وتستخدم للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو الشائعة.

س- فئة الجمهور المستهدف:

وتسعي الي التعرف علي الجمهور الذي يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الاعلامية له.

فئة الجمهور المستهدف من الشائعة يمكن تقسيمها الي: المسئولون الحكوميون، أعضاء الاحزاب، الاجهزة، الرقابية، المواطن العادي.

ثانيا:- فئات الشكل: كيف قيل؟ وتشمل<sup>(5)</sup>:

أ- فئة شكل المادة الاعلامية:

أي الشكل الذي قدمت به المادة في وسائل الاعلام.

ففي الصحف نجد مثل خبر، مقال، عمود، تحقق.

ففي الاذاعة والتلفزيون نجد مثلا: حديث مباشر، حوار، مناقشة.

ب- فئة اللغة المستخدمة: من الفئات الهامة لما يتؤتب عليها من نتائج تتعلق بمدى فهم

الرسالة الاعلامية: مثل اللغة العربية الفصحى، اللغة الفصحى البسيطة، او الانجليزية أو الفرنسية.

ج- فئة المساحة والزمن: فكما زادت المساحة كان ذلك دليلا علي زيادة الاهتمام بالمادة.

شروط في تحليل محتوى المواد الاذاعية والتلفزيونية الموجه للرأي العام<sup>(6)</sup>:

- 1- تمتع القائم بالتحليل بسلامة الحواس، السمع والرؤية.
- 2- توفر جهاز فيديو لتسجيل عينة الدراسة.
- 3- كفاءة شرائط التسجيل.
- 4- توافر ساعات إيقاف لقياس الزمن.
- 5- ضرورة توافر باحثين يعرفون في وسائل لايضاح التلفزيونية مثل:  
- رسوم متحركة، عرائس، تمثيل بشري، أفنعة، تصوير ميداني، خرائط مجسمة، لوحات.
- 6- ضرورة معرفة القوالب الفنية المستخدمة في عرض المضمون مثل، حديث مباشر أسئلة واجوبة وحوار.

عوامل نجاح تحليل المحتوى في مجال بحوث الرأي العام:

- 1- الدقة في تصميم إستمارة التحليل.
  - 2- حسن إختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوى الاعلامي.
  - 3- الدقة في تسجيل المادة المراد تحليلها.
  - 4- الدقة في تفرغ البيانات وتفسيرها.
- وسوف نتناول كل نقطة فيما يلي<sup>(7)</sup>:

## 1- الدقة في تصميم إستمارة التحليل:

لكي تحقق الدقة لابد من مراعاة القواعد المنهجية في مراحل إعداد إستمارة التحليل وهي:

أ- تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوي. وتوجد قاعدة منهجية تتصل بإعداد الاستمارة - أي إستمارة سواء لدراسة المحتوي أو الجهود أو القائم بالاتصال - تقول: لا تحاول إعداد إستمارة قبل أن تلخص غرض الدراسة في أسئلة محددة.

ففي ضوء الاسئلة التي تعكس هدف الدراسة يتم تصميم الاستمارة وإختيار العينة المناسبة لتحقيق الهدف.

ب- تحديد البيانات المطلوب جمعها:

وهي الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة التحليلية ومن أجل ذلك يقوم الباحث بالاتي:

- الرجوع الي التراث العلمي وإستمارات تحليل المحتوي التي سبق اعدادها في بحوث سابقة لمراجعة الفئلت وتحسين ما قد يترأى تحسينه منها.

- الرجوع الي الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة.

- إجراء تحليل محتوى مبدئ علي عينة صغيرة بهدف تحديد العناصر المكونة لوحداث وفئات التحليل وتكوين الفةبين الباحثين والمحتوي الذي يدرسه وتحديد مشكلة البحث تحديدا دقيقا، ووضع التساؤلات من خلال الملاحظة المنظمة للمحتوي والمتغيرات الاعلامية والسياسية والاجتماعية.

- والمساهمة في تصميم الاستمارة وجدولة الفئات.

ج- تحديد نوع الاستثمارة يدوية أو آلية.

هنالك نوعان من الاستثمارات المستخدمة في تحليل المضمون:

1- استثمارة تحليل معدة للتفريغ الآلي: ومثل الاستثمارات التي تستخدم في تحليل الشائعات

علي مستوي الدولة.

2- استثمارة تحليل معدة للتفريغ اليدوي.

د- إعداد استثمارة التحليل في صورتها الاولية بعدة خطوات أهمها:

أ- إعداد رؤوس الموضوعات التي سيشملها التحليل.

كتابة الفئات التي تتدرج تحت كل موضوع ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصيغة في ذلك

ومنها:

**الشمول:**

فيجب أن تشمل استثمارة التحليل كافة البيانات التي تحقق أهداف الدراسة وتفيد في

استخلاص النتائج وعقد المقارنات بما في ذلك البيانات الكمية والملاحظة التي يرصدها الباحث.

**- الدقة:**

علي الباحث أن يدرك أن تصميم الاستثمارة سيكون بمثابة المرجع الاساسي للاتصالية، مما يلزمه

بالدقة.

## الوضوح:

فلابد من وضوح أدوات البحث مثل استمارة التحليل، ومفهومه للمعاونين للباحث حتي يتسني لها رصد البيانات ومن ثم لابد من إعداد تعريف اجرائي لكل فئات الاستمارة.

س. مراجعة استمارة التحليل منهجيا وعلميا:

أي عرض الاستمارة علي مجموعة من الخبراء المنهجين والعلميين وذلك من أجل تحقيق الأتي:

1- دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المحتوي.

2- مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف علي مدي كفاءة الفئات وكفايتها في تحقيق أهداف الدراسة.

3- مراجعة رؤوس الموضوعات والفئات المتدرجة تحتها.

4- مراجعة صياغة الفئات والتأكد من وضوحها وشمولها.

5- مراجعة صياغة الفئات وتحت كل فئة منهما لاختيار الانسب واستكمال النقص.

6- مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل ومدي ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية واكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات أو الفئات الواردة في الاستمارة.

ز. الاختبار القبلي:

ويجري علي عينة صغيرة (10%) ممثلة للعينة الاصلية من الصحف مثلا من أجل التعرف علي مدي الفئات ومدي قياسها للشئ المطلوب قياسه والتعرف علي مشكلات العمل الميداني كإنقطاع التيار الكهربائي.

والتعرف علي الزمن الذي يستغرقه العمل ومدي القدرة علي الاستمرار فيه واحتياجه فئات جديدة وإقبال بعض الفئات المفتوحة بعد حصر الاحتمالات.

ك- إعداد استمارة التحليل في شكلها النهائي:

فبعد الانتهاء من كافة الخطوات السابقة يتم مراجعة الاستمارة واعدادها في شكلها النهائي.

مع مراعاة:

1- الشكل العام وحسن إخراج الاستمارة.

2- الترميز.

3- الحصول علي بعض الموافقات اذا استلزم الامر ذلك مثل اعتماد الاستمارة من الجهات الاعلي

في السلم الاداري.

4- طبع الاعداد الكافية من الاستمارات مع مراعاة تخصص كمية لاختبار الثبات بين الباحث

ونفسه وبين الباحث وعدد من المحللين بالاضافة الي كمية إضافية لاحتمالات الخطأ في ترتيب

صفحات الاستمارات عند تجميعها مع مراعاة:

1- حسن إختيار العينة:

2- أن تكون ممثلة للمجتمع الاصيلي.

3- الدقة في العمل الميداني "تسجيل المادة" وتشمل

4- حسن إختيار المحللين وتدريبهم.

5- الدقة في تفرغ بيانات الاستمارات في كشوف التفرغ ووضع خطة

اجراء اختبار الثبات. والمقصود بالثبات هو قياس مدى استقلالية المعلومات عدد أدوات القياس ذاتها اي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية من الضروري والحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل.

وتوجد معادلات عديدة لأختبار الثبات:

أهمها معادلة هولستي وسكوت ومعادلة هولستي Holsti هولستي = 2تـ

$$2ن+1$$

ت: تعنى عدد الحالات التى يتفق فيها المرمران، ن1 = عدد الحالات التى رمزها المرمرز رقم (1).

ن2= عدد الحالات التى رمزها المرمرز رقم(2).

فإذا كان لدينا عشر حالات إتفق المرمران فى ثمانى حالات واختلفا فى حالتين يكون الثبات

$$16 = (8)2$$

$$20 = 10+10$$

ولابد أن يتفق الباحثان معا بنسبة 0.80.

وتميز معادلة هولستي بسهولة.

وكذلك المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقها من دراسات مع مراعاة أن يتضمن التقرير النهائي فصلا عن مشكلة البحث ومنهجه وتوصيف المادة المحللة.

ومن الأهمية عند عرض نتائج التحليل التي تمت معالجتها احصائيا استخدام مقاييس الارتباط والانحدار بالاضافة الى المعاملات الموسمية وتأثيرها على البيانات الاعلامية.

مع ملاحظة تتضمن الجدوال التفصيلية وفريق البحث وقوائم المحكمين وصعوبات البحث وحدوده، وما يثيره من بحوث مستقبلية.

### الملاحظة في بحوث الرأي العام

تعتبر الملاحظة عملية مستمرة في حياتنا اليومية، فعندما نلاحظ إشارة المرور تشير الى التوقف، فنتوقف، وعندما نلاحظها تشير الي استمرار السير، فنسير، وهكذا.. وعند ملاحظة حالة السحب الكثيفة. نرتدى الملابس الشتوية او الصيفية حسب حالة الجو الشتوية والصيفية. تعتبر الملاحظة من الوسائل التي عرفها الانسان وإستخدمها في جميع بياناته من مجتمعه منذ اقدم العصور.

وما يزال يستخدمها في جميع البيانات والحقائق التي تمكنه من تحديد مشكلة بحثه ومعرفة عناصرها وتكوين فروضه وتحقيق هذه الفروض والتأكد من صحتها.

وتعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في إستطلاعات الرأي إذا توافرت لها عدة شروط منها<sup>(8)</sup>:

1- أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس لمجرد فضول أو إستطلاع غير هادف.



2- أن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلًا دقيقًا.

3- تخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها.

### مميزات وإيجابيات الملاحظة<sup>(9)</sup>:

1- تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة، وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة وتسلم من تحريفها.

2- كثير من الموضوعات مثل الشائعات والنكت والعادات الاجتماعية وطرق التعامل بين الناس في تعرضها للأعلام. ويكون من الأفضل رصدها عن طريق الملاحظة وللتعرف على خصائصها.

3- تسهم الملاحظة في التعرف على ردود الفعل بالتعبير الحركي. مثل الربط بين البرنامج وتركيز الانتباه اليه وقياس الاثر الانفعالي الظاهر لبعض البرامج وتغيير مستمع لمحطات الاذاعة كمظهر للعزوف عن برنامج ما.

4- كما انها لا تتطلب من الاشخاص موضع الملاحظة ان يقرروا شيئاً وهم في كثير من الاحيان قد لا يعلمون انهم موضع الملاحظة.

وبذلك تتلخص الملاحظة من عيوب المقابلات والاختبارات والتجارب التي قد يتردد الناس في الاسهام فيها او في الاجابة على اسئلتها، او قد يضيفون بها.

وتمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير من أنفسهم قولاً او كتابة كالاطفال.

تعتبر الملاحظة أداة صالحة لقياس فاعلية العملية التربوية حيث يمكن عن طريقها الملاحظة رصد أداء وسلوك التلاميذ وتصرفاتها ومعاملتها كأن يدرك الباحث

أو الملاحظ مدى اكتسابها لكثير من الصفات الاجتماعية والنفسية كصفة التعاون وصفة الثقة بالنفس وروح المبادرة.

وتحقق الملاحظة المطابقة بين القول والفعل، وذلك عندما يحتاج الباحث للتأكد من صدق مايدلى به المبحوث باستخدامه أسلوب الملاحظة. كأن يقول المبحوث أنه يتابع البرامج الصحية ويطبق ارشاداتها بينما تظهر ملاحظة الباحث غير ذلك فيما يبدو له من مشاهدته للمستوى الصحى للمبحوث، ونظافة منزله.

### عيوب الملاحظة:

1- صعوبة التنبؤ مقدما بوقوع حادث معين ونجد في معظم الحالات يجب علينا ان ننتظر حدوث الظاهرة لنلاحظها وحتى في الظواهر التى تحدث في حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة تحول دون متابعتها او ملاحظتها.

2- لا تفيد الملاحظة في التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع، ولا تجيب بشئ صريح عن الماضى لاستحالة التطبيق العملى لملاحظة أشياء حدثت في الماضى.

3- يصعب تمثيل العينة التى تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله وبالتالي لا يمكن تعميم نتائجها وهو ما يستهدف أساسا من اجراء إستطلاعات الرأى العام.

4- يندر أن تخلو الملاحظة من التحيز، فالنتائج التى نصل اليها عن طريقها يغلب عليها الطابع الشخصى الى حد كبير. لأن كل فرد منا يُلون الامر الحسى بطابعه الخاص.

ولذلك تختلف نتائج الملاحظة باختلاف الملاحظين من حيث قوة او ضعف حواسهم. ومن حيث مقدرتهم او عجزهم على تأويل هذه الملاحظات تأويلا علميا صحيحا<sup>(10)</sup>.

لأن مقدرة المرء على الملاحظة العلمية الدقيقة المضبوطة تختلف من وقت الى آخر باختلاف حالته النفسية.

### شروط الملاحظة الجيدة:

1- يجب أن تكون شاملة كاملة، أى ملاحظة كل العوامل التى قد يكون لها أثر فى إحداث الظاهرة.

2- تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الادراك الحسى الدقيق.

3- أن يتمتع الملاحظ بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه الى ملاحظته ملاحظة دقيقة.

### أنماط وانواع الملاحظة:

1- الملاحظة البسيطة.

2- الملاحظة المقننة. وشرحهما كالآتي:

1- **الملاحظة البسيطة:** الملاحظة هي العملية التى تتم خلالها عملية ملاحظة الظواهر وهى

حالتها التلقائية دون تعمد أو ضبط علمى وتنقسم الى:

أ- الملاحظة بالمشاركة: وتعنى أن يعيش ويحيا الباحث وسط الناس الذين يرغب فى ملاحظتهم

طوال فترة البحث دون ان يفصح لهم عن شخصيته.

ب- الملاحظة بغير المشاركة: وتعنى أن تتم الملاحظة دون أن يشترك الباحث بأى صورة من الصور فى أى نوع من أنواع النشاط اليومى للمجتمع المبحوث.

## 2- الملاحظة المقننة:

أى خضوع الملاحظة للضبط ككل بحيث يشمل كل الاطراف المشاركة فيها الباحثون - الافراد - المبحوثون- موضوع الملاحظة - الغايات والاهداف التى تسعى اليها - الموقف الاجتماعى والاتصالى الذى يحتوى كل هؤلاء الاطراف جميعا.

ولقد شاع إستخدام الملاحظة المقننة فى الدراسات التى تختبر فروضا سببية او الدراسات التى تستهدف تقديم وصف دقيق لظاهرة ما من الظواهر التى تسعى استطلاعات الرأى العام الى رصدها.

وتعتبر الملاحظة من أنسب الطرق لأستطلاع الرأى العام فى البلاد التى ترتفع فيها نسبة الامية ويسود بين الجماهير أو بعض فئاتها الشك فى كل ما له طابع رسمى.

## - عوامل فعالية الملاحظة:

توجد عوامل تزيد من فاعلية إستخدام الملاحظة فى بحوث الرأى العام هى<sup>(11)</sup>:

1- ضرورة توفير طرق ووسائل وأساليب تسمح برصد الظواهر بسرعة ودقة وايصالها فى أسرع وقت الى مركز قياس الرأى العام.

مما يستلزم فى بعض الحالات تزويد الملاحظين بأجهزة فاكس ومحمول وانترنت لاب توب التى تمكنهم من سرعة ارسال ما يرصد من شائعات.

3- العمل على تقليل تحيز القائمين بالملاحظة. مع ضرورة أن تتضمن الاستمارة الموحدة لرصد الشائعات السمات الديموغرافية المختلفة لمروجياتها ومكان رصدها مع التأكد أنه في بحوث الرأي العام المهم الرأي لا صاحب الرأي.

4- تدريب الباحثين سواء التدريب الجماعي للملاحظين أو إستدعاء ملاحظ معين يوجد قصور ملحوظ في مجال محدد لديه لتدريبه تدريبا علميا وعمليا.

5- التأكد علي الملاحظين الا يشعروا المجتمع الذي يتولوا رصد الشائعات والظواهر به أنهم يقومون بهذا العمل حتي تكون تصرفات أفراد المجتمع أمامهم عادية.

## مراجع الفصل السادس:

- 1- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، 1992).
- 2- محمد عبد الحميد، الجمهور في بحوث الإعلام (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، 1989).
- 3- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- 4- عاطف عدلي العبد، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مرجع سابق.
- 5- عاطف عدلي العبد، الأسلوب العلمي في البحوث الإعلامية، مرجع سابق.
- 6- عاطف عدلي العبد، بحوث المستمعين في الوطن العربي مرجع سابق.
- 7- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق.
- 8- محمد عبد الحميد، الجمهور في بحوث الإعلام مرجع سابق.
- 9- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال، مرجع سابق.
- 10- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- 11- المرجع السابق نفسه.

# فهرس الكتاب

الصفحة	الموضوع
3	اهداء
6	المقدمة
16	الفصل الاول: ماهية استطلاعات الراى العام على الانترنت
26	إشكالية استطلاعات الراى العام على الانترنت
30	مراجع الفصل الاول
32	الفصل الثانى: ماهية الراى العام
34	مقدمة فى الراى العام
39	مفهوم الراى العام
47	ظاهرة الراى العام
	وظائف الراى العام
52	أنواع الراى العام
59	مراجع الفصل الثانى
62	الفصل الثالث: مقومات الراى العام
63	العادات والتقاليد والقيم المتوازنة
66	الدين
68	التربية والتعليم
69	النظام السياسى السائد
71	الزعامة
74	التجارب والاحداث الهامة
75	الثورات الكبرى
75	المناخ الاقصادى
77	المناخ الثقافى والاعلامى والفنى

79	أساليب وطرق تغيير الرأى العام
88	مراجع الفصل الثالث
90	الفصل الرابع: قياس الرأى العام وسماته
92	اولاً: خصائص الرأى
95	ثانياً: العلاقات بين الرأى العام ووسائل الاتصال الجماهيرى
102	قياس الرأى العام فى الدول العربية
23	مراجع الفصل الرابع
126	الفصل الخامس: ظاهرة الرأى العام على الانترنت
129	مفهوم الرأى العام الألكترونى
136	تأثير الرأى العام الالكترونى على الجمهور
138	استخدامات الرأى العام الالكترونى
151	اهمية الرأى العام على الانترنت
152	عقبات الرأى العام لالكترونى فى البلدان العربية والاسلامية
181	مراجع الفصل الخامس



186	الفصل السادس : ادوات البحث في الراى العام
199	الملاحظة في بحوث الراى العام
205	مراجع الفصل السادس

