القسم الأول

تعريفات الرأى العام ، ومفاهيمه، وخصائصه ، وأنواعه، ومراحل تكوينه، وأهمية قياسه

١

الرأى العام وتعريفاته

يعتبر مصطلح « الرأى العام » من المصطلحات القليلة التى يصعب على الباحثين تحديدها تحديدا دقيقا، وتؤكد التعريفات - التى سنورد أهمها فيما يلى- على صعوبة وضع تعريف دقيق محدد « للرأى العام » ، ويذهب بعض الباحثين إلى أن القدرة على قياس الرأى العام « تفوق القدرة على تعريفه أو تطويعه، فعلى الرغم من أن المفهوم ظهر فى القرن الثامن عشر فانه لم يعرف بعد بشكل محدد أو مرض ، فالرأى العام من الصعب وصفه ، ومن غير الميسور قياسه ، ومن المستحيل رؤيته ، ورغم كل هذه الصعوبات فان قوة الرأى العام لايمكن تجاهلها فى أى مجتمع »* (١) .

وتميل التعريفات الحديثة للرأى العام إلى الاستناد إلى مجموعة الأبعاد التالية فى صياغة التعريف وهى : (٢)

---

* انظر المراجع والهوامش فى آخر الفصل ، حيث اتبعنا أسلوب اثبات المراجع والهوامش فى نهاية كل فصل.

- مدى ارتباط الرأى العام بقضية ذات صبغة عامة أو جماهيرية.
- درجة ظهور الرأى العام وعلانيته ، أو كمونه.
- درجة الموافقة المطلوبة ، ونسبة الموافقة التى تسمح بتكوين رأى عام.
- الأثر الناتج عن الرأى العام.
- مدى الارتباط بين الرأى العام والمعتقدات والقيم.

ويفيد التعرض للتعريفات المختلفة للرأى العام - والتى أوردها مجموعة من الباحثين فى دراساتهم - فى التعرف على وجهات النظر والآراء المختلفة بشأن الرأى العام ومدى الاتفاق والاختلاف بين الباحثين فى تقدير المتغيرات المؤثرة فى الرأى العام والمكونة له ، ونعرض فيما يلى لمجموعة التعريفات المختلفة للرأى العامة كما ذكرها بعض الباحثين كتمهيد للتعرف على المفاهيم المتعددة للرأى العام :

١ - قام أحد الباحثين بحصر بعض التعريفات التى أوردها بعض كبار الباحثين والخبراء من أمثال جون ستيوارت مل ، ، ومكيافيللى ، وجيمس برايس ، وديفيد هيوم ، وهى على النحو التالى (٣) :

- يذهب جون ستيوارت ميل إلى ان مايريده أو يرفضه المجتمع - أو الفئات القوية فيه - هو الشئ الأساسى الحاسم الذى تتقرر بمقتضاه القواعد التى يجب مراعاتها وعدم تعارضها مع القانون أو الرأى .
- أما ميكيافيللى فيذهب إلى أنه لا يمكن لأى حكيم أن يتجاهل الرأى العام فى القضايا ذات الطابع الجماهيري ، لأن الجمهور لن يرتكب أى خطأ فى ترتيب واختيار الأفضليات ، كما أن أخطاءه - إذا ارتكبت - ستكون محدودة بالقياس إلى الأخطاء التى يمكن أن تنجم عن تجاهل رأيه .
- ويذهب ديفيد هيوم إلى أنه على الرأى العام وحده تقوم الحكومات .

٢ - أما جيمس برايس فيذهب إلى أن الرأى العام هو مجموعة الآراء التى يدين بها الناس ازاء القضايا والموضوعات التى تهم المجموعة وتؤثر فيها.

٣ - ويذهب « دوب » في كتابه « الرأى العام والدعاية » [٤] إلى تعريف الرأى العام بأنه « ميول الناس أزاء قضية ما حينما يكونون أعضاء فى نفس الجماعة الاجتماعية » ، فالرأى العام فى نظر دوب اذن هو ثمرة الجدال والنقاش بين الأفراد، حيث يسود أحد الآراء الفردية على بقية الآراء أو تصل الجماعة إلى رأى جديد كان فى بادئ الأمر رأيا فرديا ثم تناولته الجماعة بالتحوير والتبديل.

٤ - ويذهب فلويد البورت [٥] إلى تعريفه بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه فى مسألة ما - إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم - تعبيراً مؤيدا أو معارضاً لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذى أهمية جماهيرية ، بحيث تكون نسبتهم فى العدد - مع الكثرة والاستمرار - كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأى.

٥ - ويذهب جيمس يانج [٦] إلى تعريفه بأنه الحكم الاجتماعى الذى يعبر عن مجتمع واع بذاته ، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها ، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعى عن طريق مناقشة عامة أساسها التعقل والمنطق ، وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق مايكفل تأثيره على السياسة العامة.

٦ - أما « وليام ألبيج » [٧] فيذهب فى كتابه « الرأى العام الحديث » إلى تعريف الرأى العام من خلال عدة أسس تتمثل فى :

- الرأى العام هو الرأى الناتج عن عملية تفاعل أفكار الأفراد فى أى شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة فى جماعة ما.

- الرأى العام هو تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التى تدور فيما بينهم.

- الرأى العام هو مجموعة الاتجاهات التى تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبر عن رأى الأغلبية.

أى أنه يرى أن الرأى العام يأتى نتيجة عملية النقاش بين الأفراد والجماعات الصغيرة.

٧ - كما يذهب « كلوريدج كنج »[٨] فى كتابة « قراءات فى الرأى العام » إلى أن الرأى العام هو الحكم الذى تصل إليه الجماعة فى مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية.

٨ - ويرى « كى » أن الرأى العام هو الآراء التى يعتنقها الأفراد ، وترى الحكومة أن من الحكمة اتباعها[٩].

٩ - ويذهب چيمس برايس فى كتابة « الديمقراطيات الحديثة » إلى أن الرأى العام هو اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة من الآراء التى يدين بها الناس أزاء المسائل التى تؤثر فى مصالحها العامة والخاصة.

١٠- ويرى هينيسى أن الرأى العام هو مجموع وجهات النظر القابلة للقياس والموجودة لدى الأفراد الذين لهم مصلحة فى قضية أو موضوع ما محل هذا الرأى [١٠] .

١١- وعلى صعيد الخبراء العرب يذهب « الدكتور أحمد سويلم العمرى »[١١] إلى أن الرأى العام هو مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم فى الحياة العامة وفى إصرار الدولة وسعيها لاسعاد الناس ، وفى وجوب أن تعمل الدولة أو الجماعة القومية أو الدولية على علاج شتى المسائل والمشكلات التى يقاسى منها الفرد أو الجماعة.

١٢- كما يذهب « الدكتور أحمد أبو زيد »[١٢] إلى أن الرأى العام هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذى لايفوقه أو يجبه رأى آخر، وذلك فى وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا فى إطار هذه الجماعة.

١٣- ويذهب « الدكتور ابراهيم امام »[١٣] إلى أن الرأى العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة ، إزاء موقف من المواقف ، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التى تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.

١٤- أما « الدكتور مختار التهامى »[١٤] فيذهب إلى أن الرأى العام هو الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية فى فترة معينة، بالنسبة لقضية أو أكثر ، يحتدم فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأنسانية الأساسية مسا مباشراً.

١٥- ويذهب الدكتور اسماعيل سعد[١٥] إلى تعريف الرأى العام - من وجهة نظر علماء الاجتماع - بأنه حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعى كأفراد وتنظيمات ونظم، التى

يمكن أن تؤثر فى تشكيلها عمليات الاتصال التى قد تؤثر نسبيا أو كليا فى مجريات أمور الجماعة الانسانية على النطاق المحلى والدولة.

١٦- ويذهب الدكتور « محمد عبد القادر حاتم » [١٦] : إلى أن الرأى هو أي تعبير عن موقف من قضية متنازع عليها قابلة للجدل، ومن ثم فان الرأى العام هو ذلك الرأى الذى ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس.

١٧- ويذهب بعض الباحثين إلى تلخيص بعض التعريفات الحديثة للرأى العام فى الدراسات الأجنبية ويخلصون من ذلك إلى أن « معظم الكتاب يرون أن الرأى العام يمثل الاتفاق الجماعى Consensus فى الرأى بين عدد متفاوت من الأفراد ، وأن هذا الاتفاق يمارس درجة من القوة ، وينشأ هذا الاتفاق بمرور الوقت من جميع وجهات النظر التى تظهر وتتبلور حول أمر أو قضية موضع نقاش » [١٧] .

١٨- ويذهب التقرير النهائى للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال [١٨] إلى أنه من الأجدى تعريف الرأى العام بايضاح الأوصاف التى لاتنطبق عليه ، فهو ليس فطريا بل يضرب بجذوره فى البنى الاجتماعية والثقافية ، وهو ليس مجرد تعبير عن ارادة الشعب وليس متطابقا مع الجمهور على الرغم من أنه يرتبط به ارتباطا وثيقا ، ونظرا لأنه ليس أمرا يتعلمه الانسان أو تفرضه السلطة، فانه مختلف عن الأيديولوچية ، كما أنه ليس معادلا لمجموعة من المعارف، بالرغم من أنه لايمكنه أن يوجد دون توافر بيانات ومفاهيم تولدها التجربة ، وتستخدم مثل هذه البيانات لمعرفة ما إذا كان الجمهور يوافق على الموضوع أم لا يوافق، فالرأى العام إذن هو رأى الذين لايشاركون فى عملية اتخاذ القرارات ويوجدون خارج مراكز السلطة.

وباستعراض هذه المجموعة من التعريفات يتضح لنا وجود عدة خصائص مشتركة، وعدة اختلافات بين الباحثين والخبراء ، مما يؤدى إلى صعوبة التوصل إلى تعريف محدد للرأى العام.

وفى نفس الوقت فان محاولة وضع تعريف حديث شامل للرأى العام يجب أن يسبقها إيضاح لبعض النقاط والجوانب الأساسية التى تسهم فى بلورة هذا التعريف، ونعرض لأهم هذه الجوانب فيما يلى :

١ - يذهب بعض الباحثين إلى تعريف كلمة « عام » Public بأنها مرادفة لكلمة شائع أو جماهيرى ، بينما تعبر هذه الكلمة فى سياق تعبير « الرأى العام » عن كلمة جماعة ، أو جمهور، أو فئة ، أو شعب ، وهذه الجماعة أو هذا الجمهور يتأثر أفراده معا بتصرفات أو أفكار معينة ، ومن هنا فان الرأى العام - طبقا لهذا التفسير - ليس هو الرأى الشائع على اطلاقه، بل هو رأى جماعة معينة، أو فئة معينة ، أو جمهور معين ، قد يكون لديه اهتماما خاصا بالموضوع أو الفكرة أو القضية التى يقاس رأيه فيها ، أو قد يكون جمهورا متجانسا من الناحية التعليمية ، أو الثقافية ، أو الاجتماعية ، أو المهنية، أو العمرية، وغيرها من التقسيمات المختلفة.

والدليل على صحة هذا التفسير أنه حتى فى حالات قياس الرأى العام لدى فئات مختلفة حول موضوع معين ، فان النتائج النهائية للدراسة يجب أن يتم تقسيمها طبقا لآراء فئات متجانسة فى داخلها ، حيث يحتمل أن تؤدى النتائج الاجمالية لآراء كافة فئات المبحوثين وأنواعهم إلى تفسيرات خاطئة أو مضللة.

ويؤكد ألبيج هذا المفهوم لكلمة (عام) حيث يذهب إلى أن المقصود بالعام فى مفهوم الرأى العام هم أفراد الجماعة الذين يهتمون بشكل ما بالقضية المطروحة أمامهم ، والرأى العام يتضمن تعبير الأغلبية - إذا كانت هناك أغلبية - والأقلية - أو جميع الأقليات - فى أى وقت ، وإذا كانت الاختلافات ذات حجم كبير مابين الأغلبية والأقلية ، فلا يكون هناك رأى عام بل آراء عامة، والرأى العام لايعنى إجماع الأغلبية والأقلية أو الأقليات على رأى واحد، وإنما يكون الرأى عاماً حينما تنصاع الأقلية لرأى الأغلبية ، ولايعنى الانصياع هنا الانصياع القهرى لرأى الأغلبية أو الموافقة الناشئة عن الإحساس بالخوف.

وهكذا يخلص ألبيج إلى أن الرأى العام يتشكل كنتاج للتفاعل بين جماعات من الأفراد يتناولون بالمناقشة قضية خلافية أو موضوعاً جدلياً تتعارض فيه الآراء أو تتباين ، وبالتالى فإن الرأى العام هو التفاعل الذى يحدث بين أفراد مجتمع ما بالنسبة لاحدى القضايا المطروحة ، بحيث يتكون رأى الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين جميع المواقف التى تؤكدها أفراد الجماعة، فالرأى العام اذن ليس هو رأى جميع الأفراد ، كما أنه لايتشكل من رأى الجماعات الخاصة فقط ، وإنما هو ذلك النسيج المتكامل الذى ينشأ كنتاج للتفاعل بين الرأى العام والخاص، الجماعى والفردى، والذى يتضمن الموافقة والمعارضة (١٩).

كما يؤكد الخبراء على أن كلمة عام تعبر عن وجود جماعة من الأفراد تربطهم ببعض رابطة أو مصلحة ويشتركون فى الشعور بالإنتماء ، وقد تكون هذه الجماعة كبيرة أو صغيرة (٢٠) .

كما يذهب بعض الخبراء إلى أنه عند استخدام كلمة عام كصفة للرأى - أى الكلام عن الرأى « العام » وليس مجرد الرأى - فإن هذه كلمة قد تعنى أيا من المعانى الثلاثة التالية [٢١] :

* أن الرأى المشار إليه يتم التعبير عنه علانية.
* أن الرأى المشار إليه يتعلق بالأمور والمصالح العامة.
* أن هذا الرأى يوجد لدى قطاع واسع من الجمهور وليس لدى جماعة صغيرة أو رائدة أو أقلية، أى أن الرأى العام هو تلك الآراء واسعة الانتشار فى المجتمع.

٢ - تستخدم كلمة الرأى Opinion لوصف التعبير عن شئ مختلف أو متميز عن المعرفة الثابتة ، فالرأى هو التعبير عن اتجاه نحو أمر جدلى أو قضية خلافية ، وبالتالى فانه يعنى الاختلاف والتناقض - بعكس الحقائق التى تعنى القبول العام [٢٢] - ويدور الاختلاف والتناقض حول مسائل جدلية أى يوجد فيها مجال لابداء الرأى، كما يعنى ذلك أن يكون الرأى معلنا.

٣ - الرأى جزء من منظومة متكاملة تبدأ بالمعلومات وتنتهى بالسلوك، وتشمل (المعلومات، الآراء ، الاتجاهات ، القيم والمعتقدات والمعتنقات ، السلوك)، ويخلط كثير من الباحثين بين هذه المسميات الخمسة، فى نفس الوقت الذى لايمكن فيه تكوين الآراء إلا بناء على المعلومات ، وبالتالى فان الرأى العام هو الخطوة الثانية التى تتأسس على المعلومات ، ولايمكن قياس الرأى لدى فئات ليس لديها معلومات عن الموضوع أو القضية المطلوب قياس الرأى بشأنها، كما أن المعلومات الخاطئة أو المضللة تؤدى إلى تكوين الآراء الخاطئة أو السلبية، ومن جهة ثالثة توجد علاقة بين الرأى والاتجاه ، فالرأى

هو التعبير المعلن عن اتجاه نحو أمر جدلى أو قضية خلافية ، بينما يعبر الاتجاه عن الميل أو الاستعداد لدى الفرد للقيام بسلوك ايجابى أو مضاد نحو موضوع ما.

٤ - يذهب بعض الخبراء إلى أنه من الأفضل اطلاق مصطلح « الاتجاهات الجماعية » على الرأى العام ، ويذهب الدكتور حامد زهران [٢٢] إلى أن الرأى العام ليس مرادفا تماما للاتجاه - الذى يمكن تعريفه بأنه الحالة النفسية القائمة وراء رأى الفرد فيما يتعلق بموضوع معين - لأن الرأى العام يرتبط بعناصر الخلاف والأخذ والعطاء حول الموضوع أو المشكلة ، كما أن هناك تمييزا عمليا بين الرأى والاتجاه هو أن وجود الرأى يتطلب وجود موضوع أو مشكلة لابداء الرأى فيهما ، ويميل الاتجاه الى الثبات النسبى والاستقرار والاستمرار لتحقيق التناسب فى استجابات الفرد وسلوكه تجاه مثيرات البيئة من حوله ، بينما الرأى العام متغير نسبيا.

٥ - تعدد نوعيات الرأى العام مابين باطنى وظاهر ، وفعلى وكامن ، ومحلى واقليمى ودولى ، ويومى ودائم ، مما يؤدى إلى صعوبة وضع تعريف متكامل ينطبق على كافة هذه النوعيات.

٦ - وهناك عدد من الاعتبارات والقواعد التى تحكم تعريف الرأى العام، وقد أورد الدكتور عبد القادر حاتم فى كتابه « الرأى العام » أهم هذه القواعد ، وذلك على النحو التالى [٢٣] :

- الرأى هو الموقف الاختيارى الذى يتخذه الفرد أزاء مسألة أو قضية متنازع عليها قابلة للجدل.
- الجماعة شئ والجمهور شئ آخر ، والجماعة أقل من الجمهور فضلا عن أنها لاتشكل رأيا عاما جماهيريا.

- يشترط لقيام الرأى الشعبى أن تكون كل الجماعات منطوية داخل الجمهور الواحد ، وإلا كان هناك أكثر من جمهور ، وبالتالى فان هناك أكثر من رأى عام داخل الشعب الواحد.
- الرأى الخاص شئ والقيم والمعتقدات والعادات المستقرة راسخة الجذور شئ آخر ، ذلك أنه يشترط لقيام الرأى الخاص أن يكون ناتجا عن اختيار ارادى بين بديلين متباينين أو أكثر.
- الرأى العام هو جماع الآراء التى هى مواقف يتخذها الأفراد إزاء مسألة معينة أو قضية متنازع عليها قابلة للجدل ، ومعنى هذا أن الرأى العام هو التعميم الحر للرأى الخاص، على شرط أن يكون هذا الرأى ناتجا عن اختيار وطواعية واقتناع.
- الآراء التى تفرضها التنظيمات والهيئات ذات السلطة على الأفراد قهرا لاتشكل رأيا عاما ، مهما تكن درجة الاتفاق فى الآراء ، ذلك أن هذا الاتفاق فى الآراء ليس اتفاقا بقدر ماهو « إملاء » .
- الرأى العام الذى يتولد نتيجة للاثارة والتهييج المتعمدين فى ظرف معين لايدوم طويلا لأنه يشكل عدوى رأى ، وليس موقف رأى .
- الرأى العام شئ ووسائل تصوير الرأى العام شئ آخر، لهذا يجب أن نتحاشى الخطأ الشائع المتمثل فى وصف الصحافة ووسائل الاعلام بأنها الرأى العام.
- مثلما ينتج الرأى عن الاختيار الارادى بين بديلين مختلفين أو أكثر، فانه ينتج أيضا عن رفض حر للبديلين أو أكثر ، فهناك رأى عام إيجابى قابل، ورأى عام سلبى رافض.

- التوافق والتطابق الناتجان عن الخوف من قهر الجماعة واستبدادها لايشكلان رأيا عاما بل انصياعا لسطوة الجماعة.
- لايوجد ما يمكن أن نسميه علميا رأى عام ثابت دائم ، لأن من شروط الرأى العام أن يكون ناتجا عن حركة ديناميكية ، وإلا تحول إلى عقيدة أو قيمة أو عادة.
- الرأى من الناحية الفعلية هو حصيلة معرفة الفرد ، فكلما كانت معرفة الفرد عميقة وحرة كان رأيه انتقائيا وحرا.

٧ - يذهب بعض الخبراء والباحثين إلى التركيز على الرأى العام المستنير أو الناضج أو الذكى أو العقلانى فقط فى تعريفهم للرأى العام ، وهو خطأ يمكن أن يؤدى إلى الوصول إلى نتائج غير منطقية ، إذ يجب دراسة كافة الآراء بغض النظر عن تقييم هذه الآراء.

٨ - كما لايكفي فى عملية قياس الرأى العام التعرف على مدى انتشاره بين الفئات المختلفة فقط، وإنما يجب أن يسعى الباحث إلى دراسة شدة الرأى وعمقه ووزنه وكثافته ومدي تمسك الأفراد به مهما كان عددهم ضئيلا ، لأن شدة التمسك بالرأى لدى مجموعة صغيرة العدد أقوى من انتشار الرأى بدرجة ضعيفة من التمسك لدى مجموعة كبيرة العدد.

٩ - لا يأخذ الرأى العام اتجاها واحدا فقط، بمعنى أن الرأى العام لايقتصر على عملية القياس أو الاستطلاع فقط ، وانما هو عملية ذات اتجاهين، حيث تبذل الجهود من جانب الهيئات والحكومات والمؤسسات المختلفة لتعريف الرأى العام بالمعلومات الصحيحة فى القضايا والموضوعات المختلفة وتكوين الرأى العام المستنير من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية وقادة الرأى فى المجالات المختلفة .

١٠- كما يذهب بعض الباحثين إلى وضع مجموعة من العناصر التى تؤثر فى تحديد مفهوم الرأى العام من أهمها [٢٤] :

- الرأى العام - كرأى موحد للجماعة - أمر لايمكن تصوره حتى أثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من أجل كيانها وحياتها، ويرجع ذلك إلى اختلاف الجماعات فى الشعب الواحد، وإلى فروق واضحة بين أعضاء المجتمع الواحد، والحكومات الواعية هى التى تحاول أن توحد الرغبة بين أفراد الشعب الواحد وجماعاته بشرط أن يتميز الشعب بالحيوية والايجابية.

- إذا أخذ مفهوم الرأى العام بمعنى أنه يشير إلى طريق واحد لمسيرة الجماعة كلها فقد لايكون له وجود على الاطلاق ، ولكن هناك رأيا واضحا من بين آراء الجميع أو رأيا غالبا على ماحوله من آراء.

- الرأى العام ليس رأى شعب بأكمله ، بل يصح أن نعتبره رأي طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب كلها.

- الرأى العام هو أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الكامنة وغير الواضحة فى الحياة العامة.

- الرأى العام هو التيار اليومى الذى يغلب صوته على صوت الآخرين فى وسائل الاعلام والمجالس النيابية.

- ينتج الرأى العام عن تفاعل أفكار الأفراد أو فى أى شكل من أشكال الجماعة.

- يتكون الرأى العام من خلال التفاعل بين الآراء المتضاربة للجماعة والأوضاع المتناقضة لاعضائها.

١١- كما يحدد بعض الباحثين مجموعة أخرى من العناصر يرون أنها تمثل العناصر الجوهرية التى يمكن أن ينبنى عليها تعريف الرأى العام من أهمها[٢٥] :

- يتكون الرأى العام من مجموع أفضل الآراء والتى يطلق عليها تركيبة الافضليات لغالبية الأفراد فى مجموعة جماهيرية ما، ومن ثم فان الكثرة العددية أمر هام.

- يتكون الرأى العام حيال قضية تهم تلك الغالبية أو تهم مجموعة كبيرة من جمهور ما، وليس المقصود أن يتفق رأى كل أعضاء هذا الجمهور حولها، إلا أنها تحدد جمهور الرأى العام.

- ولأن الفرد قد يعبر أو لايعبر عن حقيقة معتقداته واتجاهاته - أى أن رأيه قد يكون ثابتا مع اتجاهاته أو متغيرا ومتقلبا معها - فان الرأى العام كذلك قد يكون ثابتا هو الآخر أو متغيرا مع الاتجاهات، وفى هذا فقد ينشأ لدينا « الرأى العام الحقيقى أو المعبر عنه والرأي العام الكامن أو غير المعبر عنه » .

- لابد أن يكون للرأى العام تأثيرا ما، وقد يكون هذا التأثير سياسيا كما قد يكون اقتصاديا أو اجتماعيا أو دينيا حسب نوع القضية المثارة.

- يناقش جمهور الرأى العام القضية فترة معقولة من الزمن ، ويهدف الفرد - بصفة عامة - من مناقشاته إلى تحقيق مصلحة أو منفعة ما أو تجنب مشكلة أو عقوبة ما.

- نتيجة للمناقشات تظهر - بالطبع - آراء فردية أو جماعية متعارضة ولكن الرأى المؤثر والمهتم بالقضية هو الرأى العام.

- يرتبط قياس الرأى العام بوقت معين، ذلك أن الرأى العام نحو قضية ما فى وقت ما قد يتغير نحو نفس القضية فى وقت آخر طبقا للمتغيرات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية المحيطة بالقضية.

- ليس بالضرورة أن يرتبط ظهور الرأى العام بحدود الدولة ، إذ أنه كما يظهر فى داخلها يتكون فى خارجها أيضا ، حيث لايرتبط الرأى العام بجنسية دولة ما وانما قد يرتبط بمنطقة ما، وينسحب ذلك بالطبع على القضايا ذات الطابع الاقليمى أو الدولى.

التعريف الشامل للرأى العام والمحددات الاساسية له

من هذه التعريفات المتعددة للرأى العام ، والقواعد التى تحكمها يمكن أن نخلص إلى وضع تعريف حديث شامل للرأى العام على النحو التالى [٢٦] :

الرأى العام فى مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس ، أو الرأى الغالب ، أو الاعتقاد السائد ، أو إجماع الآراء ، أو الاتفاق الجماعى لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية ، أو ثقافية ، أو اقتصادية ، أو سياسية ، أو تربوية ، أو فنية ، كما قد تكون ذات طابع محلى أو وطنى أو اقليمى أو دولى ، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل ، ويكون لهذا الاجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذى يتعلق به.

ومن هذا التعريف الشامل يمكن أن ننتهى إلى مجموعة من القواعد الأساسية المرتبطة بالرأى العام والمؤثرة فيه ، وهى : [٢٧]

١ - الرأى العام هو مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم فى الحياة العامة.

٢ - الرأى العام فيه وجهات وتيارات مختلفة ، وأفكار متعددة ومنقسمة ، ولكل تيار حجته.

٣ - الرأى العام له أثره فى الحياة السياسية ، ويترتب على اتجاه الرأى العام تطور الحياة الاجتماعية والجماعات وسير الحكومات فى تشريعاتها وتصرفاتها .

٤ - يتميز الرأى العام بوجود درجة عالية من الحساسية فيه تجاه الأحداث الهامة.

٥ - يتأثر الرأى العام أيضا بمؤثرات خارجية وعوامل ثقافية واقتصادية وتربوية وحياة الجماعة وموقف الفرد منها .

٦ - الرأى العام ديناميكى أى دائم الحركة والتبدل والتطور.

٧ - الرأى العام هو الظاهرة الفكرية الناجمة عن الحشد الذهنى للجماعات التى يترتب عليها أقوى العلاقات الاجتماعية والنفسية للفرد ثم الجماعة، وهى حركة اجتماعية تتأثر بما يأتى من الفرد فى إطار الجماعة، وبذا توجه الأفراد جماعيا .

٨ - الرأى العام نتاج اجتماعى لعملية اتصال وتأثير متبادل بين عديد من الجماعات والأفراد فى المجتمع ، ويشترط لوجوده ضرورة وجود اتفاق موضوعى ، ووجود الاختلاف ، كما أنه يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأى.

وهكذا يمكن أن نستدل من المتغيرات السابقة على مدى التعقيد والتركيب فى الرأى العام .. الأمر الذى يستوجب ضرورة الاتجاه إلى قياسه بطرق وأساليب علمية موضوعية تضمن الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن على أساسها اتخاذ القرارات الصحيحة فى شتى المجالات.

هوامش الفصل الاول ومراجعه

١ – د. محمد عبد الله ، د. مدحت راغب ، **إدارة العلاقات العامة** (القاهرة : الشركة العربية للنشر والتوزيع ١٩٩٢) ص ٨٩.

2. S.M. Cutlip & A. H. Center, **Effective Public Relations**, revised 5th ed. (N.J. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1982) p. 133.

3. Daniel Katz, Cartwright, S. Eldersveld and A. McClung, **Public Opinion and Propaganda**, (N.Y., Holt - Rinehart - Winston, 1954) p. 50 - 51.

4. Leonard Doob, **Public Opinion and Propaganda** (Hamden : Archon books, 1966) p. 35.

5. Floyed Allport, " Towards a Science of Public Opinion " in **Public Opinion Quarterly**, vol. I, No., I, January, 1937, p. 23.

٦ – د. احمد بدر ، **الرأى العام : طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره فى السياسة العامة** (القاهرة : مكتبة غريب ، ١٩٧٧) ص ٤٨.

7. William, Albig **Modern Public Opinion** (New York : McGraw - Hill, 1956), pp. 7 - 8.

٨ – د. احمد أبو زيد ، **سيكولوجية الرأى العام ورسالته الديموقراطية** (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٦٨) ص ٣٩.

9. V.O.Key, **Public Opinion & American Demoracy** , (New York : Alfred A. Knopf, Inc., 1961), p. 7.

10. Hennessy, B.C., **Public Opinion** . (Belmont, Cal. : Wadsworth Pub. Co., 1970). p.20.

١١– د. أحمد سويلم العمرى ، **الرأى العام والدعاية** (القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر) ص ٦٠.

١٢– المرجع رقم (٨) ص ٣٨.

١٣– د. ابراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١) ص ١٩٣.

١٤- د. مختار التهامى ، **الرأى العام والحرب النفسية** ، الجزء الأول ، الطبعة الثالثة (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٤) ص ١٧.

١٥- د. اسماعيل سعد ، **الاتصال والرأى العام : مبحث في القوة والأيدلوجية** (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٧٩) ص ٢٦.

١٦- د. محمد عبد القادر حاتم ، **الرأى العام : كيف يقاس ، كيف يساس** ، الطبعة الأولى، (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢) ص ٤٩.

١٧- انظر المرجع الأول ، ص ٩١.

١٨- اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال (اليونسكو)، **أصوات متعددة وعالم واحد : الاتصال والمجتمع اليوم وغدا** ، (الجزائر : الشركة الوطنية للنشر والتزيع، ١٩٨١) ص ٤١٠.

١٩- انظر المرجعين التاليين :

- المرجع رقم (٧) ص ٨.

- د. ناهد رمزى ، **الرأى العام وسيكولوجيا السياسة** ، (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٩١) ص ٤٧-٤٨.

٢٠- المرجع الأول ، ص ٨٩

21. Pool, I.D. **Public Opinion** , in I.D. Pool, et al., eds. Hand book of Communications. Chicago : Rand McNally College Pub. Co., 1979, pp. 79 - .835.

٢٢- المرجع الأول ، ص ٩٠.

٢٣- د. حامد زهران ، **علم النفس الاجتماعى** ، الطبعة الرابعة (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٧٧) ص ١٨٦.

٢٤- انظر المرجع رقم ١٦، ص ٥٢.

٢٥- د. سامية أحمد جابر ، **الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث : النظرية والتطبيق** ، (الاسكندرية: دار المعارف الجامعية ، ١٩٨٣) ص ١٨٦ - ١٨٧.

٢٦- د. شاهيناز طلعت ، **الرأى العام** (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٨٣) ص ١٧٠ - ١٧١.

٢٧- د. سمير محمد حسين ، **مذكرات فى الرأى العام : تعريفه ومفاهيمه ، أنواعه وخصائصه ، مشكلات قياسه ، بحوثه ومناهجه** ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣) ص ١١.

٢٨- انظر المراجع أرقام ١١، ١٦، ٢٢

٢

أنـواع الـرأى العـام وتصنيفاتـه

توجد أنواع متعددة للرأى العام طبقا للعديد من المعايير التى تستخدم فى تقسيم الرأى العام.

ويذهب عدد من الباحثين والخبراء إلى تقسيم الرأى العام تقسيمات مختلفة طبقا لمعايير متنوعة ، ونعرض فيما يلى لأهم التقسيمات التى ذهب إليها هؤلاء الباحثين [١] :

أولا : الفرق بين الرأى الشخصى والرأى الخاص والرأى العام

الآراء التى يكونها الفرد لنفسه بعضها آراء عامة وبعضها آراء شخصية أو خاصة، وتتوقف أفكار الانسان إلى حد كبير على نشأته الأولى ونوع الطبقة الاجتماعية التى ينتمى إليها والثقافة التى حصل عليها ، ومن هنا نشأ الاختلاف بين الأفراد فى آرائهم الخاصة ، ولاشك أن الانسان يتأثر فى تفكيره - إلى درجة كبيرة - بالتقاليد الموروثة والعقائد الدينية ، إلى جانب البيت والمدرسة والتجارب الماضية والظروف التى يعيش فيها.

فالرأى الشخصى Personal هو الذى يكونه الفرد لنفسه فى موضوع معين بعد تفكير فى هذا الموضوع، وذلك طبقا لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأى الذى يرغب فى أن يشارك به المجموعة ويعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئا.

والرأى الخاص Private هو مايحتفظ به الفرد لنفسه ولايبوح به لغيره خشية أن يعرض نفسه للخطر ، وتظهر أهمية هذا النوع من الرأى فى حالة الاقتراع السرى فى الانتخابات حيث يعبر الفرد عن رأيه الخاص.

ويفرق الباحثون بين الرأى العام والرأى الخاص على أساس أن الرأى العام هو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، فى حين أن الرأى الخاص يعتبر ظاهرة نفسية وهو يمثل رأى الشخص الذى يعتنقه ويحاول أن يحققه.

كما يذهبون إلى أن الرأى العام يتميز عن الرأى الخاص بثباته النسبى، وبأنه - نسبيا - أقل تعرضا للتغير والتحول السريعين اللذين يتعرض لهما الرأى الخاص أو الشخصى ، كما دلت الدراسات التجريبية التى قامت بها الهيئات المختلفة عن الرأى العام فى عدة دول على أن الرأى العام متصل اتصالا وثيقا بالجماعة.

ويذهب أحد الباحثين إلى التفرقة بين الرأى العام والرأى الخاص، حيث يرى أن الرأى العام - من وجهة نظره - يتبلور تجاه قضية تهم الجماهير ككل، بينما الرأى الخاص - أو الآراء الخاصة - تتجه صوب القضايا المعينة التى تهم قطاعات بعينها دون غيرها، والتى تشكل بدورها رأيا عاماً ولكن بين مجموعة من الأفراد تهتم بتلك القضايا (٢) .

ويعارض عن هذه التفرقة باحث آخر يرى أن لهذا التقسيم مساس بالمنظور الأساسى لفكرة هيمنة الرأى وسيادته ، كما أنه يمثل عقبة أمام استخدام مفهوم الرأى العام ، ويقدم حلا لهذه الإشكالية مفسراً أن الرأى العام قد يكون مختلفاً عن رأى أى جماعة من جماعات الجمهور ، ويمكن أن يعبر عنه برأى مركب من أجزاء مختلفة ، حيث أن الرأى العام لا يمثل حاصل جميع الآراء المتعددة التى يعتنقها الجمهور ، ومن هنا فيمكن أن تجمع الآراء الخاصة معاً بصورة أشبه ما تكون بمتوسط ذى ثقل Weighted Average حيث يوضع في الإعتبار فى تقدير هذا المتوسط الجانب الكمى والجانب النوعى معاً ، أى عدد الذين لهم آراء مختلفة، أو لا رأى لهم، ودرجة شدة هذه الآراء وثباتها (٣) .

ثانيا : تقسيم الراى العام حسب النطاق الجغرافى

يذهب الباحثون إلى تقسيم الرأى العام حسب النطاق الجغرافى إلى أربعة تقسيمات على النحو التالى :

(١) الرأى العام المحلى : Local

وهو يختلف عن الرأى العام الوطنى الذى يعبر عن المجتمع الوطنى بوجه عام، حيث يعبر عن الرأى السائد فى منطقة جغرافية معينة أو فى إحدى المحافظات داخل الدول، كما يختلف عن الرأى العام العالمى الممثل فى المنظمات الدولية ، ويرى بعض الباحثين أن للمجتمع المحلى خصائص تختلف عن خصائص المجتع الوطنى من أهمها :

* **الانتماء :** وهو ظاهرة الشعور الشديد لدى الأشخاص بالانتماء للمجتمع المحلى.
* **الصغر :** بمعنى أن المجتمع ككل يكون وحدة مستقلة للملاحظة المباشرة، كما يصلح أى جزء منه – كالعائلة مثلا – لمثل هذه الملاحظة.

* التجانس : بمعنى تشابه نشاط الأفراد واتجاهاتهم على أساس المهن، والمستوى الاجتماعى ، والاهتمامات المحلية المشتركة ، والسن ، والجنس، ومستويات التعليم.

* الاكتفاء الذاتى : بمعنى أن جميع أنواع النشاط الاقتصادى والاجتماعى داخل المجتمع تستغرق كل حياة الفرد والجماعة.

ومن الطبيعى أن تؤثر هذه الخصائص تأثيراً كبيرا على الرأى العام السائد فى هذه المناطق المحلية.

(٢) الراى العام الوطنى : National

يرتبط هذا النوع من الرأى بالوطن أو الدولة وتستند إليه السلطة القائمة، ويتميز هذا الرأى بعدة خصائص من أهمها :

* التجانس : بمعنى أنه رغم الخلافات الداخلية - التى قد تصل أحيانا إلى حد الصراع والتطاحن - إلا أن الرأى العام الوطنى يملك خلفية من التراث والتقاليد، فضلا عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة.

* امكان التنبؤ به وبابعاده وردود فعله : عن طريق الدراسات والقياسات التى تقوم بها مراكز ووحدات بحوث الرأى العام.

* معالجته للمشاكل الوطنية : على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعنيه بالدرجة الأولى، وبالتالى يندر أن يكون مضمونه إحدى المشاكل الدولية فى أغلب الاحيان إلا إذا كانت تمس الاهتمامات الوطنية.

(٣) الرأى العام الاقليمى : Rejional

هو الرأى السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا كالدول الخليجية أو الدول العربية مثلا ، أو دول المغرب العربى ، أو أوربا الغربية ، أو الشرقية، أو دول جنوب شرق آسيا ، وذلك فى فترة معينة نحو قضية أو موضوع يمس مصالح هذه المجموعة من الدول مسا مباشرا ، ويدور حوله الجدل والنقاش، وله عدة مقومات من أهمها :

* المصلحة المشتركة وتأتى فى الترتيب الأول من الأهمية.
* الارتباط التاريخى .
* تقارب التقاليد والعادات والمعتقدات.
* تقارب اللغة والثقافة.
* تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية أو تقاربها إلى حد كبير.

ويساعد توافر هذه العوامل بصورة كبيرة على توحيد آراء ووجهات نظر الشعوب المتجاورة جغرافيا.

(٤) الرأى العام العالمى : International

ويقصد به الاتجاهات التى تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التى تعكس توافقا فى الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة، وهو سمة من سمات المجتمع الدولى المعاصر.

ويذهب التقرير الدولى لدراسة مشكلات الاتصال فى العالم (تقرير لجنة ماكبرايد) إلى أن الرأى العام العالمى يتشكل تدريجيا اما حول مشكلات وطنية مشتركة بين عدد كبير من البلدان (التخلف، والجوع، وسوء التغذية، وأوجه

التفاوت الاجتماعى ، وأزمة الطاقة، ومشكلات الشباب) أو حول قضايا ذات نطاق دولى (التعاون من أجل التنمية ، ونزع السلاح ، وإقامة نظام اقتصادى دولى جديد، الخ.). ولئن كان « الرأى العام العالمى » مازال نبتا غضا، فانه من الممكن مع ذلك تحديد قضايا معينة يتخذ تجاهها موقفا محددا، فالرأى العام العالمى يرغب فى الحفاظ على السلم عن طريق اتفاق دولى ، ويرى أن الواجب الأول للحكومات هو أن تتجنب أهوال الحرب النووية، والرأى العام العالمى يعارض التعذيب والمعاملة اللا إنسانية ، واضطهاد من يتمسكون بمعتقدات الأقلية (وذلك على الرغم من أنه ليس هناك اتفاق بين الجميع بصدد أى المعتقدات ينبغى أن يسمح بالتعبير عنها علنا)، والرأى العام العالمى يعارض الامتيازات والسيطرة على أساس الجنس أو اللون ، وهو يرغب فى أن تتخذ تدابير عاجلة لعلاج ظروف الفقر والجوع والتخلف التى تعتبر مشكلات مشتركة لغالبية من الجنس البشرى، وبالنسبة لكل من هذه القضايا ، فان هناك بالطبع أناسا كثيرين ينشقون على الرأى السائد، إلا أنهم يزدادون وعيا بأنهم على خلاف مع موقف له سمة جماعية وطابع عالمى، والواقع أن المشكلة ليست فى كثير من الأحيان مسألة اختلاف فى الرأى بقدر ماهى مشكلة ادراك ظاهرى أو عرضى أو سطحى ولا مبالاة وافتقار إلى المشاعر القوية [٤] .

ثالثا : التفرقة بين رأى الأغلبية والأقلية والرأى الائتلافى ، والرأى العام الساحق

يفرق الباحثون بين هذه الأنواع الأربعة من الآراء على النحو التالى :

(١) رأى الاغلبية Majority

هو تجميع وتكرار الرأى الشخصى لأغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير، ويمثل هذا الرأى مايزيد على نصف الجماعة ، ومن عيوبه أنه قد يركن إلى الكسل والخمول ، ويدع شئونه لفئة قليلة من غير الاكفاء للتعبير عنه والقيام بأعبائه.

(٢) رأى الاقليـــة Minority

هو رأى مايقل عن النصف فى الجماعة ، ويعبر عن رأى طائفة من الناس لايستهان بها ، وقد يكون من بين صفوفها بعض الممتازين المشهود لهم بالكفاءة، ولهذا تعرف الاغلبية للاقلية قدرها وتحسب حسابها ، خصوصا وأنها قد تصبح غدا أقلية، فالأقلية تعمل على أن تكسب الجماهير وتغزو ميادين جديدة لتظفر بالأغلبية.

(٣) الـرأى الائتلافـى Coalition

هو ائتلاف لبعض الآراء فى المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ضغط ظروف معينة مما يستلزم قيام هذا الائتلاف .

والرأى الائتلافى ليس وليد المناقشة الحرة التى أفضت إلى نتائج واضحة وقرارات حاسمة، وانما وليد عامل خارجي أو عوامل خارجية ، ومتى زالت هذه الظروف العارضة زال معها الرأى الائتلافى.

والرأى الائتلافى دليل على أن الجماعة لم تصل أغلبيتها إلى رأى واحد فى المسائل العامة.

(٤) الرأى العـام الساحـق او الرضـا العـام Consensus

وهو الرأى الذى يمثل الاكثرية الساحقة للجماعة ، حيث تناقش قضية من القضايا ويصل كل فرد من أفراد الجماعة - أو الاكثرية منهم - إلى قرار معين، وهذا الرأى شبيه بالاجماع.

رابعا : تقسيم الرأى العام وفقا لعنصر الزمن :

يذهب الباحثون فى هذا المجال إلى تقسيم الرأى العام زمنيا إلى ثلاثة أنواع هى :

(١) الرأى العام اليومى **Daily**

وهو الذى يتأثر بالأحداث اليومية وماجريات الأمور ، وتغذيه بصفة خاصة الأحداث السياسية الجارية والمناقشات البرلمانية ، وماتنشره وسائل الاعلام المختلفة ، والشائعات ، والمصالح المباشرة للجماهير ، وهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا ، ويتقلب من يوم إلى آخر .

(٢) الرأى العام المؤقت **Temporary or Momentary**

وهو الرأى العام الذى يتم حول حوادث طارئة ولمدة محدودة ، وينتهى دوام هذا الرأى بمجرد أن ينتهى التفاف هذه الجماعة حول الحادث ، أى أن هذا النوع من الرأى العام يزول بزوال المشكلة أو الحادثة ، وهذا النوع من الرأى العام المؤقت لايصلح أن تقام عليه دراسات بعكس الرأى العام الدائم.

(٣) الرأى العام الدائم **Permanent or Enduring**

وهو الرأى العام الثابت الذى يدوم فترة طويلة ، ويتصف بالاستقرار، ويتأثر أساسا بالعوامل الحضارية، ويتميز بأنه أكثر رسوخا ، ويساعد على إرساء القواعد الأساسية للرأى العام، وتعتنقه فئات كبيرة من الناس، ويتصل اتصالا قويا بالثوابت الوطنية كالدين والأخلاق والتقاليد ، أى يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة ، ولاتؤثر فيه

الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادرا لأنه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع ولذلك يتميز بالقوة والعمق .

خامسا : تقسيم الرأى العام حسب درجة وضوحه :

وهو الذى يذهب فيه الخبراء إلى تقسيم الرأى العام إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الفعلى أو الواقعى Active

وهو الرأى العام القائم فعلا فى وقت من الأوقات، ويظهر هذا فيما تنشره الصحف وتتناوله وسائل الاعلام المختلفة ، وفيما يظهره الناس فى أحاديثهم ومناقشاتهم من تعليقات، ومايترتب عليه من أفعال وتصرفات وسلوك .

(٢) الرأى العام الكامن Latent

وهو الذى يوجد إذا كانت هناك مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف معين، ولكن الناس رغم احساسهم بهذه المشكلة فى أعماقهم ، فان رأيهم حولها لم يتحدد بوضوح ولم يتحول اتجاههم حيالها إلى سلوك ايجابى، ويقفون منها موقف الاكتراث أو اللامبالاة.

سادسا : تقسيم الرأى العام حسب درجة صراحته :

وهو الذى يذهب فيه الخبراء إلى تقسيم الرأى العام إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الصريح المعلن External

وهو الذى يعبر صراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم وشعورهم ، ويكون الرأى العام صريحا عندما يتم التعبير عما يعتمل فى النفوس حيث تتوفر الحرية ولايخشى الناس التعبير عن آرائهم فى صراحة تامة.

(٢) الرأى العام الباطنى المستتر Internal

وهو لايظهر إلا فى الحالات التى تتطلب اتمام عمل معين فى اتجاه معين، وعادة لايتم الافصاح عن الرأى وعدم امكان التعبير عن الموقف نتيجة خوف الجماعة من عواقب التعبير عن آرائها لانها ضد الاوضاع القانونية مثلا، فاذا سنحت الفرصة للجماعة - بتغير الاوضاع مثلا - تحول هذا الرأى الباطنى المستتر إلى رأى صريح وأصبح ظاهرا.

سابعا : تقسيم الرأى العام حسب درجة ظهوره :

كما يذهب الباحثون إلى تقسيم الرأى العام حسب درجة ظهوره إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الظاهر External

وهو الرأى العام المعبر عنه أو الذى يتم التعبير عنه ، ويتكون هذا الرأى فى البلاد التى يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.

(٢) الرأى العام غير الظاهر Internal

وهو الرأى العام غير المعبر عنه ، ويحدث ذلك غالبا فى مجتمعات الحكم الديكتاتورى والتى يخشى فيها الفرد التصريح برأيه فى المشاكل المختلفة التى تحدث فى وطنه ، وإذا أعطيت الفرصة والحرية لهؤلاء المواطنين فى التعبير عن رأيهم فإن رأيهم يتحول من رأى عام غير ظاهر إلى رأى عام ظاهر.

ويضع الخبراء عدة شروط وعوامل اجتماعية وسيكولوجية تؤدى إلى تحويل الرأى العام غير الظاهر إلى رأى عام ظاهر من أهمها :

- ازدياد وشدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة إلى درجة لايستطيعون كتمانها ، وهنا يظهر الرأى العام وينطلق استجابة للعامل السيكولوچى وهو عدم الاحتمال لشدة الحالة.

- أما العامل الاجتماعى فهو رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التى كانت تحول دون التعبير عن الرأى العام، كموافقة الدولة أو تشجيعها على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور قبل ذلك.

ثامنا : تقسيم الرأى العام حسب وجوده :

ويذهب الباحثون إلى تقسيم الرأى العام حسب هذا المعيار إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الموجود بالفعل Actual

وهو الرأى العام الذى يحدث نتيجة بعض الاحداث ، وتظهر آثاره فى التعليقات والمناقشات ، ويكون هذا الرأى الموجود أحد ثلاثة أنواع هى :

- الرأى العام الدائم الذى يتسم بالاستمرارية.

- الرأى العام الوقتى وهو الذى يظهر حيال مشكلة وقتية ، وغير مستمر ويتأثر بسهولة بوسائل الاعلام والدعاية والشائعات وحملات الهمس.

- الرأى العام المؤقت وهو المحدد بعوامل زمنية ومكانية ، وتمثله منظمات معينة كالاحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة ، وينتهى أجل هذا النوع من الرأى إذا تغير أحد هذه العوامل.

(٢) الرأى العام المتوقع ظهوره Latent

وهو الذى لم يكن موجودا أصلا ، ولكن يتوقع ظهوره أو وجوده عقب موضوع معين ، أو حادثه ، أو مشكلة من المشكلات التى تشغل بال الرأى العام، وتؤدى مراكز بحوث الرأى العام دورا هاما فى التنبؤ بالرأى العام المتوقع ظهوره.

تاسعا : تقسيم الرأى العام حسب درجة تأثيره وتأثره :

كما يقسم الباحثون الرأى العام إلى ثلاثة أنواع طبقا لدرجة تأثيره وتأثره بالآراء وذلك على النحو التالى :

(١) الرأى العام النابه أو المسيطر أو القائد

ويمثل هذا النوع من الرأى صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء والاعلاميين والساسة ، وهؤلاء نسبتهم ضئيلة فى المجتمع، وهم الذين يقودونه ويقومون بتثقيفه وارشاده وتوجيهه ، كما أن هؤلاء لايتأثرون بوسائل الاعلام ولكنهم هم الذين يؤثرون فى هذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار.

(٢) الرأى العام المثقف

يمثل هذا النوع من الرأى المتعلمون والمثقفون فى المجتمع ، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم، والثقافة، وهو رأى يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ولكنه يتأثر بوسائل الاعلام بنسب تتفاوت حسب مستوى الوعى والثقافة التى يتمتع بها.

(٣) الرأى العام المنساق اوالمنقاد

وهو رأى السواد الاعظم من المجتمع خاصة من الاميين أو من الذين نالوا حظا قليلا من التعليم والثقافة، ويتأثر هؤلاء بأجهزة الاعلام المختلفة من صحف واذاعة وتليفزيون وعروض سينمائية، كما أنها يتقبلون ماينشر أو يعرض أو يذاع دون التفكير فى مضمون الاعلام، كما يتقبلون الشائعات ويكونون عرضة لحملات الدعاية والهمس.

عاشرا : تقسيم الرأى العام حسب درجة ثباته :

وينقسم من وجهة نظر الخبراء إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الثابت (نسبيا)

وينبع من العادات والتقاليد ، ويستمر ولايتغير إلا بعد وقت طويل.

(٢) الرأى العام المتغير

وهو الذى يتأثر بشدة بوسائل الاعلام والدعاية والشائعات ، ويسهل التأثير فيه وتغييره بسرعة فلا يستمر.

حادى عشر : تقسيم الرأى العام حسب حركته

وينقسم - طبقا لآراء الخبراء - إلى نوعين هما :

(١) الرأى العام الاستاتيكى ، اى المستقر او غير المتحرك ، Static

ويستمد قوته من التقاليد والعادات والقيم والمبادئ المستقرة والمصطلح عليها، ومن ثم فانه أشبه بموافقة جماعية ناتجة عن مجموعة من الآراء المعتنقة دون تمحيص ، ويقدر ماهو جامد فانه مستقر إلى حد كبير.

(٢) الرأى العام الديناميكى ، اى النشط او المتحرك ، Active

وهو الذى ينشأ عن الرغبة فى التغيير ، ويعتمد على الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من العادات والتقاليد.

ونوضح فى المصفوفة التالية مقارنة بين أنواع الرأى العام طبقا للمعايير التى يمكن استخدامها فى تقسيم الرأى العام.

مصفوفة رقم (١)
تقسيم أنواع الرأى العام
طبقا للمعايير المختلفة للتقسيم

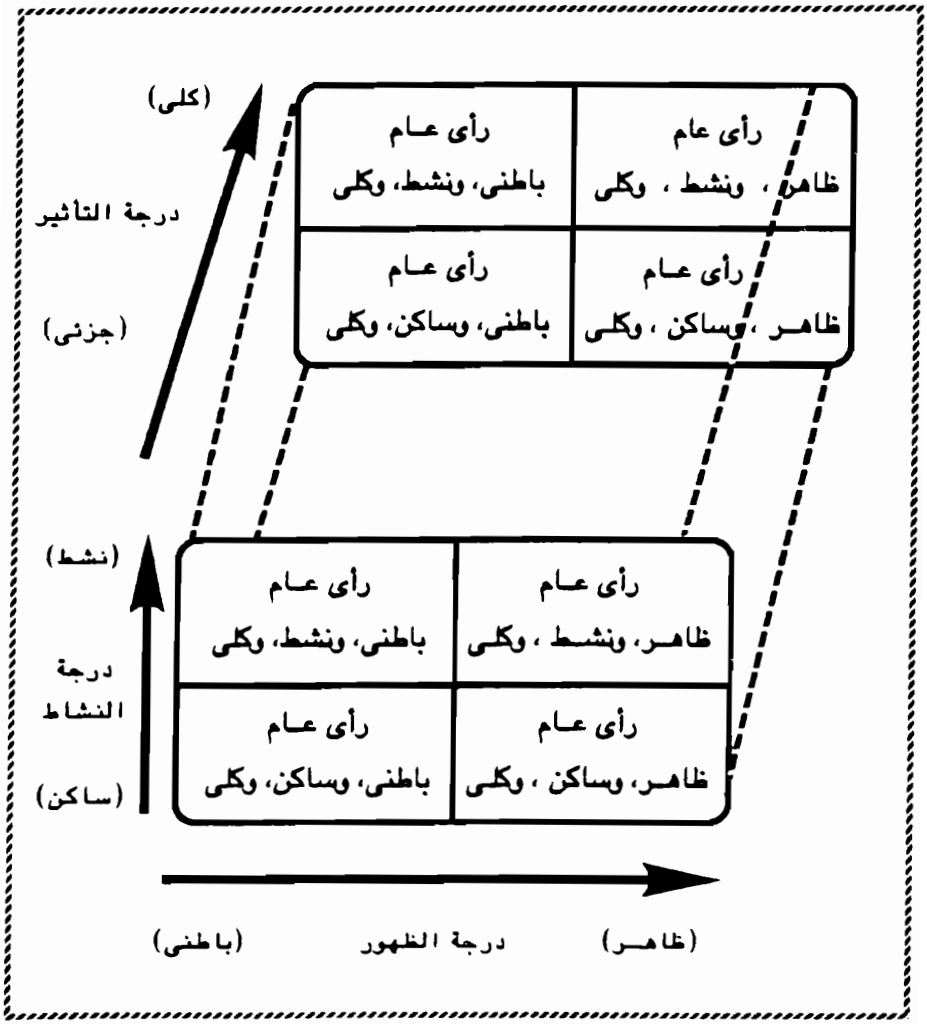
المعايير	أنواع الرأى العام			
حجم الجمهور	رأى الاقلية	رأى الاغلبية	الرأى الائتلافى	الرأى الساحق
الزمن والاستمرارية	اليومى	المؤقت	الدائم	
درجة الصراحة	صريح	مستتر		
درجة الظهور	ظاهر	كامن		
وجود الرأى	موجود	متوقع وجوده		
درجة التاثير	نابه	مثقف	منقاد	
الثبات والحركية	ثابت (استاتيكى)	متغير(ديناميكى)		

كما يمكن الربط بين أكثر من معيار من المعايير المذكورة للتعرف على الأبعاد الخاصة بكل نوع من أنواع الرأى العام على نحو ماتوضحه المصفوفة التالية رقم (٢) (٥) .

مصفوفة رقم (٢)

الانواع والتقسيمات المتداخلة

للرأى العام



وتفيد هذه التصنيفات خبير قياس الرأى العام فى ادراك الأنواع المختلفة للرأى العام حتى لا يركن إلى دراسة نوع واحد منها فقط ، كما تفيده أيضا فى الخطوات المنهجية التى يتبعها فى بحوث الرأى العام خاصة تلك الخطوات المتصلة بتحديد مجتمعات الدراسة واختيار العينات واستخدام أدوات معينة للبحث وجمع البيانات وتحليل النتائج وتعميمها على المجتمعات الأصلية.

كما توجه هذه التصنيفات اهتمام مراكز بحوث الرأى العام وخبرائه إلى ضرورة القيام باجراء أكثر من دراسة تشمل النوعيات المختلفة، وكذلك فى الافادة من قادة الرأى الذين يمثلون فئة « الرأى العام النابه أو القائد » فى التأثير فى بقية أفراد الفئات الأخرى فى المجتمع.

مراجع الفصل الثانى وهوامشه

١ - رجعنا فى حصر وتحديد التصنيفات المختلفة للرأى العام إلى المراجع التالية:

- د. أحمد أبو زيد، **مرجع سابق** ، ص ٧٥.
- د. أحمد بدر ، **مرجع سابق** ، ص ٥٢ - ٦٠.
- د. حامد زهران ، **مرجع سابق** ، ص ١٨٥.
- د. محمد عبد القادر حاتم ، **مرجع سابق** ، ص ٥٢.
- د. محمد عبد الله ، مدحت راغب، **مرجع سابق** (، ص ٩٥.

2. V.O. Key, **op. cit.**, p. 7.

٣ - د. **ناهد رمزى، مرجع سابق** ، ص ٤٨.

٤ - **اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال ، مرجع سابق** ، ص ٤١٥.

٥ - د. **محمد عبد الله** ، د. مدحت راغب ، **مرجع سابق** ، ص ٩٧.

٣

تكوين الرأى العام والعناصر والعوامل المؤثرة فى هذا التكوين

يتناول هذا الفصل الجانب الخاص بديناميكية الرأى العام وحركيته، والعوامل المؤثرة فى تكوينه ، حيث نعرض فى الجزء الأول من هذا الفصل لكيفية تكوين الرأى العام ، ثم نعرض بعد ذلك للعناصر والعوامل المؤثرة فى تكوين الرأى العام كما عرضها الخبراء.

أولا : يذهب الخبراء إلى أنه يشترط لتكوين الرأى العام كحكم تصل إليه الجماعة فى قضية ما، ذات اعتبار ما ، عدة شروط من أهمها [١] :

١ - أن تكون هناك مناقشات وافية حول القضية المطروحة.

٢ - أن تكون القضية مثارة بكل حقائقها ، عن طريق القادة أو أجهزة الاعلام، أو الجماعات ، أو الهيئات العامة.

٣ - أن يكون الاتجاه الذى تتخذه الجماعة فى هذه القضية متفقا مع القيم والمعتقدات والأفكار العامة للناس.

ثانيا : كما يذهب الباحثون إلى أن عملية تكوين الرأى العام حول موضوع ما أو قضية ما تمر بمجموعة من الخطوات ، ونعرض فيما يلى لما ذكره الخبراء والباحثون من خطوات توضح اختلاف المداخل التى استخدمها هؤلاء الباحثين فى تصوير عملية تكوين الرأى العام ::

(١) يعرض دافيسون لعملية تكون الرأي العام آخذا فى اعتباره المدخل الاجتماعى ، ومركزا على دور الزعماء وقادة الرأى فى تكوين الرأى العام وذلك وفقا للخطوات والمراحل التالية [٢] :

- **تاثير الجماعات الأولية** : يمكن أن نشبه نمو الأفكار وانتشارها بالبذور التى يضعها الانسان فى الأرض ، فالقليل منها فقط هو الذى يجد الأرض الصالحة الملائمة لنموه وتكاثره.

- **ظهور الزعامة أو القيادة** : ترتبط هذه المرحلة بظهور قيادات فى الجماعات الأولية الصغيرة حيث تنتشر الأفكار بين أشخاص لايعرفون بعضهم بعضا.

- **الاتصال بين الجماعات المختلفة** : حيث تنتقل الحقائق والآراء المتعلقة بالقضايا ذات الاهتمام الواسع إلى جماعات أوسع من الجماعات الأولية.

- **الصياغات الجديدة والقادة الجدد** : إن العملية التى حدثت بين الجماعات الصغيرة الأولية فى المرحلة الأولى، يمكن أن تحدث من جديد، ولكن مناقشة الجماعة هذه المرة تتم على أساس وجود أفراد وجماعات أخرى تفكر فى نفس الموضوع وتتحدث عنه.

- **توقعات سلوك الآخرين** : عادة يتم التعرف على آراء الآخرين خارج دائرة الخبرة المباشرة، وذلك أثناء عملية تكوين الاتجاهات بالنسبة للمسائل العامة، لأن معرفة آراء الجماعات الأخرى تؤثر فى اتجاهات وآراء الجماعة بالنسبة للقضايا التى تحتاج إلى المناقشة العامة.

- **مرحلة التفكك والاختفاء** : فالرأى العام ظاهرة مؤقتة ، وقد يختفى بالنسبة لقضية معينة ليظهر بالنسبة لقضية أخرى ، كما قد يتحطم بتأثير قوة مادية عندما يتم اقصاء قادة الرأى العام.

ويرسم دافيسون صورة تفصيلية لعملية تكوين الرأى العام فى المراحل والخطوات التالية [٣]:

- عندما يتم اتصال بين شخص وآخر حول موضوع ما ، فان جنور هذا الموضوع تبدأ فى النمو.
- ثم تصبح المناقشة عامة ويظهر الموضوع على السطح ويأخذ شكلا ما.
- يتولى الموضوع بعد ذلك مجموعة من المفكرين.
- ثم يأتى دور قادة المجموعة حيث يتبنون الموضوع.
- ثم يأتى بعد ذلك دور وسائل الاعلام ، والوكالات المتخصصة فى التغيير وفى دراسة الرأى ومتابعته.
- ويتم بعد هذا تبسيط الأفكار ووضعها فى صورة عامة بحيث يستطيع الرجل العادى أو رجل الشارع فهمها.
- وبعد كل هذا يصبح الموضوع محل انتباه كثير من الناس.

- والرأى العام هو رأى مجموعة كبيرة من الأفراد - لايعرفون بعضهم عادة معرفة شخصية - لهم ردود أفعال ما حيال موضوع ما ، ومن المتوقع أن تظهر ردود أفعال الفئات الأخرى إذا نوقش نفس الموضوع أمامها - وبواسطتها - بطريقة متماثلة.

- بعد هذا تزداد المناقشة وجها لوجه بين الأفراد فى عملية دائرية من خلال العلاقات المتداخلة ، ومن خلال الاتصالات الشخصية بين الأفراد ، ومن خلال تأثير آراء وسلوك الأفراد على غيرهم ، ومن خلال اقتراحات الأفراد الذين نهتم بهم وتأثير التوقعات الشخصية عن المستقبل.

- وفى النهاية يدخل الموضوع العام فى نطاق القانون أو العادات الاجتماعية.

(٢) وفى نفس هذا السياق الاجتماعى يضع باحث آخر (چاكسون باور) هيكلا لعملية الرأى العام يتكون من ثلاث مراحل رئيسية هى [٤]:

- المرحلة الأولى : وهى مرحلة السلوك الجماهيرى عندما تتكون الآراء فى المجموعات الجماهيرية الأولية المتفرقة.

- المرحلة الثانية : وهى مرحلة المناقشات الجماهيرية عندما تنتقل الآراء التى تكونت حديثا إلى مجموعات جماهيرية تالية ، أى إلى آراء عدد أكبر من الناس.

- المرحلة الثالثة : وهى مرحلة اتخاذ القرار أو إصداره.

ويؤكد « الباحث » بأنه فى كل مرحلة من هذه المراحل الثلاث يوجد دور هام تلعبه مجموعة صغيرة أولية من الأفراد.

وقام باور بعد ذلك بتقسيم هذه المراحل الرئيسية الثلاثة إلى سبع خطوات توضح عملية تكوين الرأى العام لدى الأفراد والجماعات وذلك على النحو التالى :

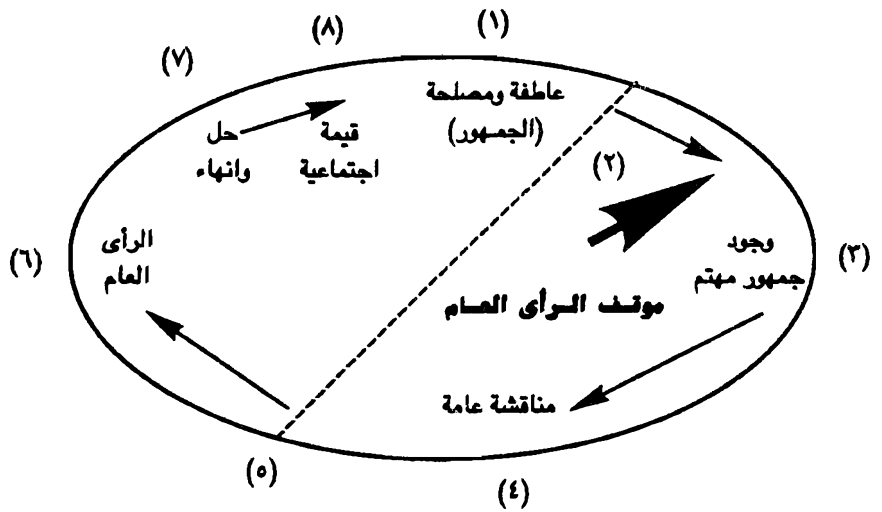
- الخطوة الأولى : هى أن يهتم مجموعة من الأفراد - لكل فرد منهم اهتماما منفردا ومستقلا عن الآخرين - بمشكلة اجتماعية ، وفى هذا فانهم يجمعون الأفكار والمعلومات عنها من مصادر متعددة.
- ثم تتقدم مجموعة منظمة باقتراح يتضمن حلا لهذه المشكلة ، فتكثر بذلك المناقشات ويظهر الجمهور.
- فإذا ظهر « اعتراض منظم » يمكن حينئذ أن نقول أن الجمهور قد تكون بالكامل.
- وبعد أن يتم حل المشكلة بطريقة منظمة، وبعد أن يتم توحيد الآراء حولها، فان المجموعة المعارضة تسعى إلى الحصول على تأييد الأفراد المحايدين لها.
- ومن خلال تلك المناقشات التى توضح الآراء المتفقة المؤيدة والآراء المعارضة يتم ظهور الرأى العام.
- وبعد أن يتم ظهور الرأى العام تتخذ المؤسسات الحكومية اجراءات حاسمة.
- ولذلك يقوم المسئولون في الدولة بتنفيذ هذه الاجراءات ويصدرون القرارات اللازمة لتنفيذها.

(٣) ويذهب بعض الباحثين - فى إطار المدخل الاجتماعى الاعلامى - إلى صياغة مراحل تكوين الرأى العام استنادا إلى أن عملية الرأى العام

تتكون من عنصرين رئيسيين هما موقف الرأى العام ، وناتج هذا الموقف ، وذلك على النحو التالى [٥] :

- موقف الرأى العام : ويمر عادة بالمراحل التالية الموضحة بالشكل التالى رقم (١) :

- وجود احساس ما لدى الجمهور أو وجود عاطفة فى مجتمع ما، حيث ينبع هذا الاحساس من ثقافات ذلك المجتمع . ولكن ذلك لايعنى ، بالطبع، أن ثقافات المجتمع واحساس جمهور الناس فيه هما شئ واحد.



شكل رقم (١)

المراحل التى يمر بها موقف الرأى العام

- وحينما تظهر فى المجتمع مسألة ما فان الناس يكونون عنها - عادة - وجهات نظر مختلفة.

- وتجمع هؤلاء الناس حول تلك المسألة هو مايضفى عليها صفة «العمومية» .

- فإذا كان هذا الجمهور يتمتع بالديمقراطية ، ويمارس نشاطه فى ظلها، فان ذلك يرتب تطويرا هاما لعملية الرأى العام، إذ يكون أمامنا المرحلة التى نطلق عليها مرحلة المناقشة أو المجادلة ، وكما هو واضح من التسمية فان أهم مافيها المناقشات بين الناس، كما تشتمل أيضا على الدعاية، والنشر، وعلى الأحداث المرتبطة بتلك المرحلة، وبصفة عامة فانه يوجد فى تلك المرحلة كل العناصر التى تساعد على تشكيل الرأى.

ومن الطبيعى أن يكون أساس هذه المناقشات العامة عاطفة الجمهور ومصلحته ، وكما تضفى العاطفة شكلا معينا على المناقشات، فان المناقشات تعطى بدورها - وفى المقابل - شكلا معينا لعاطفة الجمهور.

- بعد مرور فترة مناسبة من الوقت تتم فيها مناقشة الجمهور للموضوع، يمكن القول بأن هذه المرحلة قد استوفت فيها المناقشات حقها ، لأنه إذا لم تأخذ المناقشات وقتها الكافى المناسب فسيتولد لدى الجمهور احساس عام بأن السلوك الاجتماعى الذي تم اتخاذه - إزاء موضوع أو قضية معينة - قد تم سريعا دون تأن ودراسة.

- ناتج الموقف :

بعد أن تأخذ المناقشات العامة بين الجمهور الوقت المناسب الكافى تحدث العمليات التالية :

- ظهور الرأى العام : ويطلق عليه البعض « الرأى العام الحقيقى » ، كما يطلق عليه البعض الآخر « الرأى العام الوافى للمعلومات » ، والرأى العام الحقيقى قد يعنى من ناحية أخرى أنه الرأى الذى يتفق والاتجاهات الموجودة لدى الجمهور.

- انهاء القضية ، ذلك أنه بعد أن يتخذ الجمهور سلوكا اجتماعيا معينا نحو القضية يتم تبديلها بمسألة أخرى.

وفى بعض الأحوال نجد أن ناتج موقف الرأى العام - أى الرأى العام ذاته - يتجه بثقل - وبموافقة شبه جماعية - من وضع معين أو من وجهة معينة إلى وضع يصبح فيه لهذا الرأى العام قيمة اجتماعية، ويأخذ مكانه كجزء من عاطفة الجمهور ومصلحته ، وبهذا تكتمل الدورة.

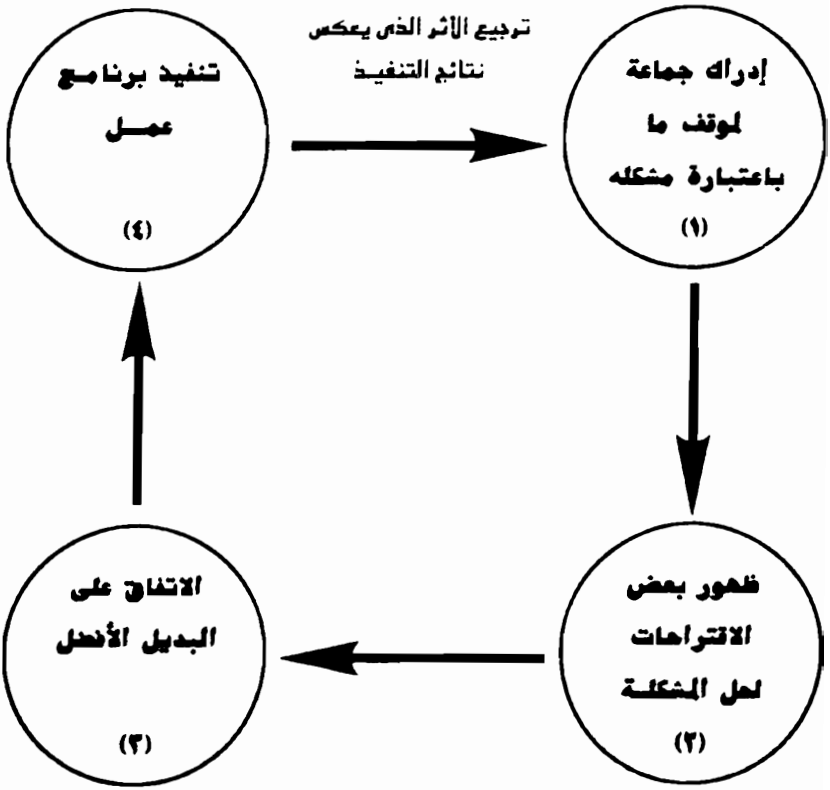
(٤) ويذهب بعض خبراء الإدارة إلى أن عملية تكوين الرأى العام تأخذ مجموعة المراحل التالية (٦) :

- إدراك جماعة من الناس لموقف ما على أنه يمثل مشكلة ، وتقرر أنه يجب اتخاذ تصرف ما نحوه ، والقيام باستكشاف الحلول الممكنة خلال جمع بعض الحقائق عن هذا الموقف .

- الاتفاق على أن بديلا معينا يمثل حلا أفضل للموقف ، والاتفاق على ترويج قبول هذا الحل البديل مما يؤدى إلى زيادة وعى الجماعة وإدراكها لأبعاد الموقف والحل البديل.

- تنفيذ برنامج عمل والاستمرار فيه حتى الحصول على النتيجة المطلوبة ، أو حتى يتحول أفراد الجماعة إلى قضايا أو جماعات أخرى.

ويوضح الشكل التالى رقم (٢) العلاقة بين هذه المراحل الثلاثة لتكوين الرأى العام من وجهة نظر خبراء الإدارة :



شكل رقم (٢)

مراحل تكوين الرأى العام

(٥) أما الباحثون فى مجال العلوم السياسية فيركزون على عملية تكوين الرأى العام تجاه قضية معينة ، حيث يذهب أحد الباحثين فى العلوم السياسية إلى أن الرأى العام - ازاء قضية معينة - يمر بخمس مراحل على النحو التالى [٧] :

- **مرحلة إدراك المشكلة** : وفى هذه المرحلة تؤدى وسائل الاتصال الجماهيرى دوراً هاماً فى اثارة الاهتمام بالمشكلة.

- **مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآراء** : حيث تظهر وجهات النظر المختلفة فى تصور المشكلة وحلولها ، وربطها بالمجتمع الذى تثار فيه.

- **مرحلة الصراع** : والذى يبدأ من عملية المناقشة كما يبدأ بالأفراد وينتهى بالقوي الاجتماعية القائمة ، فيصبح صراعاً فئويا أو طبقيا.

- **مرحلة البلورة والتركيز** : حيث تؤدى عملية الصراع إلى وضوح الأبعاد والمفاهيم فتبدأ وجهات النظر فى الالتقاء والتقارب بالنسبة لنقاط معينة.

- **مرحلة الرضا والاتفاق** : مع استبعاد الآراء المتطرفة والوصول إلى الحلول الوسط بالنسبة لبعض النقاط بحيث يصبح هناك رأى معين يحوز رضا الأغلبية وقبولها، كما تتخلى المعارضة عن موقفها بالنسبة للموضوع ، ويتم استيعاب ما اتفقت عليه الجماعة على أنه مظهر من مظاهر التعبير عنها، وقد يصبح جزءاً من روح الجماعة.

(٦) وهناك مجموعة من الباحثين يركزون فى عرض مراحل تكوين الرأى العام على عملية الصراع الاجتماعى المرتبط بقضية معينة، ومايمكن أن تؤديه وسائل الاتصال الجماهيرى فى تكوين الرأى العام إزاءها، حيث يذهبون إلى أن عملية تكوين الرأى العام تمر بأربعة مراحل أساسية على النحو التالى[٨] :

- **المرحلة الأولى : مرحلة البزوغ** Initation : حيث تظهر القضية موضع الخلاف لأول مرة ، ولكنها تكون معروفة لدى عدد محدود من الأفراد وربما لدى فرد واحد تتأثر معرفته بقضية الصراع بموقعه الاجتماعى أو بوظيفته الرسمية.

وقد تبدأ قضايا الصراع من جماعات تحتل مواقع مختلفة فى النظام الاجتماعى، كما قد تبدأ من الجماهير مباشرة، ويحدث ذلك فى حالات محدودة عندما تلتقى حاجات عدد كبير من الناس وآمالهم وتوقعاتهم فى شكل حركة اجتماعية.

- **المرحلة الثانية : تعريف الصراع** Conflict definition : وهى المرحلة التى يمكن أن تبدأ فى الوقت نفسه الذى تبدأ فيه المرحلة السابقة، وفى حالات أخرى قد يبدأ الصراع وينمو دون وضوح تام فى طبيعته وأسبابه، وفى هذه المرحلة تصبح قضية الصراع مفهومة لدى جماعات مختلفة خارج الجماعة الأصلية المرتبطة بقضية الصراع .

- **المرحلة الثالثة : مرحلة التعريف العام بالصراع** Public Phase : وترتبط بتعريف القضية ، فبعد تشخيص جوانب الصراع وتحديد ماهيته وأسبابه وأطرافه تنتقل القضية - من خلال التغطية الاعلامية-

إلى المجتمع الكبير، وفى هذه الحالة تسهم وسائل الاتصال فى اضفاء الشرعية على الصراع أو على جوانب معينة منه ، ويدرك قادة الجماعات المتصارعة هذه الحقيقة ، ومن ثم يوظفون وسائل الاتصال لتبنى وجهات نظرهم.

- أما المرحلة الأخيرة ، فهى احتمال وصول القضية إلى دائرة صنع القرار حيث تدخل مرحلة جديدة تقوم على استجابة صانعى القرار للرأى العام، وعندئذ تتحول القضية إلي سياسة عامة.

(٧) وفى إطار السياق الاجتماعى السياسى يذهب بعض الباحثين إلى أن محاولة تحديد مراحل معينة لتكوين الرأى العام، أو لتطور عمليته ، هى محاولة تجرى فى مستوى التحليل النظرى ، لأن ظاهرة الرأى العام معقدة للغاية، فضلا عن أن أسلوب تكوينها - أو تتابعها المرحلى - قد يتميز بالتكامل الشديد، بحيث يصعب وضع حد فاصل بين مرحلة وأخرى، ومع ذلك يتعين اجراء عملية التحليل هذه بغرض فهم الملامح العامة لكل مرحلة، علماً بأن المراحل المشار إليها لايشترط أن تتعاقب بالصورة التى يحددونها ، وانما يمكن تصور اختفاء بعضها بالنسبة لنماذج واقعية معينة ، أو تكتل أو اندماج بعضها فى مرحلة واحدة.

ويشير هؤلاء الباحثين إلى أن هناك ثلاث مراحل أساسية يمكن التمييز بينها بصفة عامة وهى :

- مرحلة الادراك : Percreption حيث يعتبر الادراك عملية عقلية يتحقق بواسطتها فهم مشكلة معينة أو تصورها، ولذلك فهو يختلف من انسان إلى آخر، مما يؤدى إلى وجود وجهات نظر مختلفة بصدد

المشكلة الواحدة، ويبدأ الرأى العام مرحلة التكوين من تصور الفرد للمشكلة التى تعنيه، وتصير موضع اهتمامه، وفى هذا الصدد يشير الخبراء إلى حقيقة هامة وهى أن أجهزة الاتصال ووسائل الاعلام تقوم بدور هام فى تشكيل الخلفية العامة للمواطنين بشأن تلك القضايا المشار إليها ، فالاتصال الجماهيرى قد يقوم بتشويه الحقيقة، أو تقديم جزء منها على أنه يمثل كل الحقيقة.

- **مرحلة الصراع** : Conflict إذا كانت مرحلة الادراك تعكس حالة فردية ونسبية، فان مرحلة الصراع تنطوى على تحول من التصور الذاتى للمشكلة إلى حالة من الصراع الذى يتميز بأن له ثلاثة أبعاد أساسية ، وهى : **اولا ، الصراع الذاتى** الذى يعنى تناقض الفرد مع ذاته فى ادراك المشكلة ذات الأبعاد المختلفة، وقد ينتهى هذا الصراع الداخلى إلى موقف واضح أو موقف متردد . **وثانيا ، الصراع الاجتماعى أو المصلحى** ، فعندما ينتقل الصراع الذاتى إلى مرحلة لاحقة ويرتبط بالقوى الاجتماعية يصبح صراعا اجتماعيا يتبلور فى صورة رأى عام طبقى، وبالتالى فانه يعكس ارتباط الرأى العام بالواقع الطبقى الاجتماعى ، وجدير بالذكر فى هذا الصدد ان وجود هياكل تنظيمية أو مؤسسات دائمة تعمل على تكتل القوى المتعارضة وتتيح لها فرصة التعبير عن ذاتها ، هو الذى يساعد على بلورة الصراع الاجتماعى، حيث تصير هذه الهياكل ذات الصبغة السياسية الواضحة - كالأحزاب السياسية مثلا - أكثر فعالية فى تعبئة اتجاهات الرأى العام ، ومع ذلك فان هناك تنظيمات أخرى تقوم بنفس هذه الوظيفة كالنقابات المهنية ، والجمعيات الثقافية ، والاندية الخاصة، والجامعات،

وثالثا ، الصراع النظامى ، وهو صراع له صبغة نظامية، ويكون من حق الحزب وحده – فى حالة وجود أحزاب – أن يعبر عن هذه الصورة من صور الصراع ، وأن ينقل الصراع من حيز التناقض الاجتماعى إلى حيز التصارع الرسمى حيث تتكتل كل القوى المرتبطة بالحزب خلف وجهة نظر واحدة يعبر عنها الحزب.

– مرحلة التركيز : Concentration وهى التى تعكس عملية تطور مزدوجة تنطوى على جانبين أولهما ابراز المفاهيم الأساسية التى تدور حولها المشكلة من حيث مقوماتها ونتائجها، بهدف توضيحها فكريا والعمل على التقريب بين المواقف أو حتى ابراز نقط التلاقى والتعارض بينها للقضاء على التباين الجزئى ، وثانيهما القضاء على المواقف التى تبالغ فى التعصب والتحيز ، وعلى المواقف الضعيفة – أى مواقف الاقلية – بغض النظر عن قيمتها الفعلية أو قوتها الكيفية ، ولذلك فان عملية التركيز هى عملية تهذيب وبلورة للأفكار تتوصل فى أغلب الاحيان إلى موقف من هذه المواقف الثلاث : إما تأييد الواقعة ، أو معارضتها ، أو عدم الاهتمام بها أو اللامبالاة التى تتعدد أسبابها.

وباستعراض هذه المجموعة المتنوعة من آراء الباحثين وتصوراتهم حول عملية تكوين الرأى العام والتى استند كل تصور منها على مدخل معين ، يمكن أن نعرض نموذجا تحليليا لعملية تكوين الرأى العام بخطواتها التفصيلية ، آخذين فى الاعتبار مجموعة المداخل المختلفة كالمدخل السياسى ، والاعلامى، والاتصالى ، والنفسى ، والسلوكى ، والاجتماعى ، وكذلك تأثير المتغيرات المختلفة على عملية تكوين الرأى ، ويوضح الشكل التالى رقم (٣) التصور العام لهذا النموذج الذى يتضمن العناصر والمحددات والمتغيرات والخطوات التالية :

شكل رقم (٣)

نموذج تحليلى لخطوات عملية تكوين الرأى العام والعوامل المؤثرة فيها

١ – تتأثر عملية تكوين الرأى العام بالعناصر التالية :

– وسائل الاتصال الجماهيرى من صحافة ، وراديو ، وتليفزيون ، ومطبوعات ونشرات.

– أشكال الاتصال المواجهى المباشر كاللقاءات ، والندوات ، والاجتماعات، والزيارات ، وتأثير قادة الرأى بمستوياتهم وأنواعهم المختلفة.

– المحددات الفردية كالتعليم ، والثقافة ، ودرجة الوعى ، ومستوى الادراك والقدرة ، والاتجاهات ، والاهتمامات ، والذكاء ، والتصورات الذهنية لدى الأفراد.

– المحددات الاجتماعية المتمثلة في التفاعل الاجتماعى ، وتأثير الجماعات ونفوذها على الأفراد ، والعوامل الخاصة بالانتماء ، والعلاقات الاجتماعية.

٢ – تؤثر البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والمجتمعية تأثيرا كبيرا على عملية تكوين الرأى العام .

٣ – لايمكن النظر إلى خطوات عملية تكوين الرأى العام نظرة مجردة ، وإنما يجب أن يتم تحليل هذه الخطوات فى إطار متكامل يستند إلى دراسة وتحليل كافة العناصر والمتغيرات المذكورة وأثرها التفاعلى فى عملية تكوين الرأى العام كعملية ديناميكية متفاعلة.

٤ – فى هذا الإطار الشامل تمر عملية تكوين الرأى العام بالخطوات التالية :

١ – نشأة المشكلة أو الموضوع : وقد يتم ذلك بطريقة فجائية أو تدريجية.

٢ – إدراك المشكلة : والتى تمثل خطوة التعرف المبدئي على المشكلة وفهمها، وتقدير ضرورة اتخاذ تصرف ما نحوها ، بعد تحديدها بوضوح ودقة.

وفى هاتين الخطوتين تؤدى وسائل الاعلام الجماهيرى وأساليب الاتصال المباشر دوراً هاماً فى إدراك المشكلة ، إلى جانب تأثير قادة الرأى.

٣ - **الاستطلاع بالمناقشة** : حيث تظهر التساؤلات حول مدى أهمية الموضوع وخطورته ، والقيام باستكشاف الحلول الممكنة من خلال جمع بعض الحقائق عن الموقف ، وتتطلع الجماعة بأمل إلى امكان التوصل إلى حل ، وتتأثر هذه الخطوة بالاتصال المباشر.

٤ - **بزوغ المقترحات من خلال المناقشة** : وظهور اقتراحات بديلة لحل المشكلة، مع تبادل الآراء بين أفراد الجماعة ، ومناقشة هذه البدائل.

٥ - **صراع الآراء** : نتيجة اختلاف وجهات النظر حول المقترحات، كما قد تلعب الشائعات دوراً هاماً فى هذا الصراع ، مع اتجاه كل جماعة إلى الدفاع عن رأيها.

٦ - **تبلور الآراء فى ضوء المعرفة والتفكير** : والتسوية بين هذه الآراء بحيث تتبلور إما كآراء معارضة أو مؤيدة أو محايدة.

٧ - **تقارب الآراء نتيجة المزيد من المناقشات والمباحثات** : واستبعاد الآراء الضعيفة أو غير الواقعية أو غير الصالحة ، مع الاتجاه إلى الرأى الوسط.

ويظهر فى هذه الخطوات تأثير الاتصال المباشر وقادة الرأى بالتفاعل مع الخصائص الفردية ، والتأثير الاجتماعى.

٨ - **الاتفاق الجماعى** : حيث تصل الجماعة إلى الاتفاق على أن بديلا معينا يمثل حلا أفضل للموقف ، ويكون هذا البديل عادة هو الرأى الأكثر قوة واعتدالا وواقعية من وجهة نظر أغلبية الجماعة، أو العناصر القيادية

المؤثرة فيها ، والذى يحتوى على محاسن الآراء الأخرى ، ويصبح هذا هو الرأى العام لدى الجماعة.

٩ - ترويج الرأى : حيث يتم الاتفاق على ترويج قبول الرأى أو الحل البديل، مما يؤدى إلى زيادة وعى الجماعة وادراكها الشامل لهذا الرأى.

وتؤدى وسائل الاتصال الجماهيرى دوراً كبيراً فى هذه الخطوة ، خاصة إذا كانت القضية مطروحة على المستوى الوطنى الشامل، كما يؤدى الاتصال المباشر دوره الفعال فى ترويج الرأى بين أفراد الجماعة.

١٠- السلوك الجماعى : وهو التعبير عن الرأى العام بعد تمام تكوينه عن طريق تنفيذ برنامج عمل ، والاستمرار فيه حتى الوصول إلى النتيجة المطلوبة، أو حتى يتحول أفراد الجماعة إلى قضايا أو جماعات أخرى.

وفى ضوء هذه القواعد والخطوات يتأكد لخبير دراسات الرأى العام - والجهات المستفيدة من هذه الدراسات - أن عملية تكوين الرأى العام المستنير ليست عملية عشوائية ، وانما عملية معقدة ومركبة وتنطوى على أكثر من خطوة، وتعتمد بالدرجة الأولى على الجهود الاعلامية والأنشطة الاتصالية الموجهة والمركزة على مجموعة القضايا المطلوب تكوين رأى عام بشأنها، والتأثير فى الرأى العام الحالى تجاهها.

ثالثا : يتأثر الرأى العام بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التى تسهم فى تكوينه ، ويؤكد الباحثون أن هذه العوامل كثيرة ومتشابكة، كما أنها تتفاعل مع بعضها البعض تفاعلا ديناميكيا ، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر فى الآخر ويتأثر به ، كما يؤكدون على أن هذه العناصر والعوامل

ليست عناصر نظرية منعزلة ، ولكنها قوى فعالة فى مجال نابض بالحركة، ولا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة، كما يشير أحد الخبراء إلى أنه من المستحيل أن نفهم الرأى العام فى أمة من الأمم مالم ندخل فى اعتبارنا تلك القوى المادية والأدبية والاجتماعية التى تشكل شخصية هذه الأمة، ولكى نتعرف على اتجاهاتها وآرائها يجب أن نهتم بدراسة المنظمات الاجتماعية التى تعطى للفرد معتقداته وتشكل اتجاهاته، فالانسان فى المجتمع يتأثر بالأسرة ، والدين ، والتقاليد ، والمؤسسات التعليمية ، ونظام الدولة، والأصدقاء والأقران ، ووسائل الاعلام المختلفة ، والجماعات ذات النفوذ كالنقابات والأحزاب والهيئات ، فمن خلال هذه القنوات المتشعبة تمر التأثيرات المختلفة كل يوم ، لكى تكون اتجاهات الرأى العام (١١) .

ويحدد الباحثون والخبراء هذه العوامل والمكونات فى المجموعة التالية (١٢) :

١ - **الجمهور** : Publics الذى يتكون منه المجتمع بفئاته وطبقاته ومستوياته المختلفة، حيث لايمكن أن يوجد الرأى العام ويتكون وينتشر الا بوجود الجمهور بتكويناته المختلفة .

٢ - **الثقافة والحضارة السائدة فى المجتمع أو البيئة** : حيث يقصد بالثقافة Culture المعنى العام للحضارة بعاداتها وتقاليدها وآرائها وطقوسها وأنماط سلوكها ، مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة ، ومن ثم تشكيل الاتجاهات النفسية والرأى العام.

ويوضح الخبراء جانبا هاما يتعلق بتأثير الثقافة العامة للمجتمع على آراء الأفراد، وهو الجانب الخاص بتأثيرها على تكوين

التصورات والأفكار والصور الذهنية والانطباعات لدى الأفراد والتى تتحكم فى سلوكهم، ولما كان الأفراد لايستجيبون للبيئة نفسها ، وإنما يستجيبون للصورة التى تتكون فى أذهانهم عن البيئة - بتأثير الثقافة والحضارة السائدة فى المجتمع - فإن هذه الثقافة هى المنشئة إذن للرأى العام، والمتحكمة - بطريقة غير مباشرة - فى السلوك الفكرى للأفراد وفى استجابتهم لمعنى الحدث وتأثيره (١٣) .

٣ - **وسائل الاتصال الجماهيرى** : Mass Media وتؤدى دورا بالغ الأهمية والخطورة فى تكوين الرأى العام وتشكيله ، وفى تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، أو غير متجانسة ديموجرافيا.

ولاشك أن التطورات التكنولوچية الهائلة فى وسائل الاعلام من صحافة واذاعة وتليفزيون ومطبوعات زادت من قدرة هذه الوسائل على تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة.

ويؤكد الباحثون على أن وسائل الاعلام تستغل الادراك المحدود للأفراد ومعرفتهم للأشياء بطريقة غير مباشرة - أى عن طريق المعلومات والصور التى تنقلها إليهم - بدلا من الخبرة الموضوعية والادراك المباشر، وتعمل على إيجاد وتكوين الصور الذهنية التى تحقق أغراض القائمين بالعمليات الاعلامية ، وتسعى - بالتالى عن طريق التحكم فى المعلومات التى يعرفها الناس - إلى إيجاد الاتجاهات والآراء العامة التى تستهدف نشرها بين الجماهير سواء على مستوى الاعلام المحلى أو الوطنى أو الدولى (١٤) .

٤ - **أشكال وأساليب الاتصال المواجهى المباشر** : Face - to - Face Communication Forms والتى تتمثل فى اللقاءات ، والندوات ، والاجتماعات، والمحاضرات ، والزيارات، والمعارض، والمناسبات والاحتفالات المختلفة ، والتى يتلقى الفرد خلالها معلومات مباشرة عن قضايا وموضوعات متنوعة تسهم فى تكوين رأيه وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا والموضوعات والمشكلات المطروحة فى هذه الأشكال الاتصالية والتقليدية المباشرة Traditional .

٥ - **التراث الثقافى** : Culture الذى يلعب دورا هاما في تكيف الأفراد والجماعات وتهيئتهم للقيام بأفعال والاستجابة لأفكار معينة تحدد أنماط سلوكهم الجماعى، ويسهم التراث الثقافى فى تكوين الرأى العام وتشكيله طبقا لما ينطوى عليه من عادات ومواقف واتجاهات ذات صفة مشتركة بين افراد المجتمع.

٦ - **التنشئة الاجتماعية** : Socialization وهى التى تؤدى إلى حدوث آثار معينة على شخصية الأطفال تؤثر فى سلوكهم مستقبلا ، وبالتالى تؤثر عليهم بوصفهم ممثلين للرأى العام أو ناقلين له، ومن الأهمية أن نشير إلى أنه توجد علاقة هامة ومستمرة بين التنشئة الاجتماعية والتراث الثقافى حيث يتأثر كل منهما بالآخر ويؤثر فيه، وينتج من هذا التأثير والتأثر تفاعلات فى الرأى العام.

٧ - **الأحداث** : Events وهى من العوامل الهامة فى تكوين الرأى العام وتشكيله باعتبارها نتاج قوى متفاعلة داخل المجتمع تقرر وتحدد السلوك والرأي العام، وترتبط قوة الأحداث بنوعيتها، حيث يختلف تأثير الأحداث العالمية عن القومية عن المحلية أو النوعية التى تخص فئة محدودة من الرأى العام.

٨ - **المعتقدات** : Beliefs وهى التى تسهم فى تكوين الطرق والأساليب المعتادة فى النظر إلى الاحداث ومعالجتها ، والتى تتوقع الجماعة من أعضائها أن يسلكوها بالفعل إزاء قضية أو موقف أو مشكلة معينة، وبالتالى فهى تمثل أحد العناصر التى تدخل فى تكوين الرأى العام.

٩ - **القيم** : Values وهى التى تمثل الإطار الذى يحتوى الرأى العام، حيث يدور الرأى العام فى معظم الحالات فى إطار القيم السائدة فى المجتمع سواء كان مجتمعا محليا أو وطنيا أو نوعيا.

١٠- **العادات** : Habits وهى التى تمثل طبيعة الارتباط بين المنبهات والمثيرات للرأى العام والاستجابات المتوقعة لهذه المنبهات لدى الرأى العام، وهكذا تعتبر العادات أحد المحددات الأساسية التى تكون الرأى العام كاستجابة متوقعة لمجموعة العوامل والمثيرات فى الرأى العام.

١١- **الاتجاهات** : Attitudes والتى تمثل التكوينات الفكرية للفرد والتى يمكن أن تنبنى عليها مجموعة التصرفات السلوكية له، وتعتبر أعقد فى التكوين من الآراء التى يكونها الفرد إزاء قضية ما ، كما أنها تؤثر تأثيرا واضحا على أنماط الرأى العام إزاء هذه القضايا أو المشكلات.

١٢- **الميول** : Tendencies وهى التى ترتبط بالمشاعر التى يحس بها الفرد نحو موضوع أو قضية ما ، وبالتالى فانها تؤثر على رأيه فى هذا الموضوع ، كما أنها تعتبر استجابات داخلية مميزة ، لأن استثارتها تتطلب اتخاذ استجابات واضحة، وبذلك تصبح الميول استجابات مسبقة ، وهو مايشير إلى دلالة تأثيرها كأحد العوامل الهامة فى تكوين الرأى العام.

١٣- **المعرفة** : Knowledge وهى التى تمثل حصيلة الفرد أو الجماعة من المعارف والخبرات إما نتيجة التعليم النظامى أو المعارف المكتسبة من سعة الاطلاع دون الارتباط بالتعليم الرسمى، أو الخبرات المكتسبة سواء من العمل أو البيئة المحيطة بالفرد أو الجماعة ، وكلما ازدادت معرفة الأفراد أو الجماعات ازدادت قدرتهم على تكوين آراء مستنيرة حول القضية أو الموضوع المطروح ، وازدادت قدرتهم أيضا على إدراك مجموعة المتغيرات المؤثرة فيه ، خاصة إذا كانت هذه المعرفة ذات صلة قريبة أو وثيقة بموضوع الرأى.

١٤- **الاسرة** : Family باعتبار أنها تمثل الخلية الأولى والاساسية المؤثرة في معظم المتغيرات السابقة التى تحدثنا عنها باعتبارها عناصر مؤثرة في تكوين الرأى العام كالتنشئة الاجتماعية ، والمعتقدات ، والعادات، والاتجاهات، والميول، والمعرفة ، والخبرات ، ويتلقى فيها الفرد - خاصة فى مراحل الطفولة - تراثه الفكرى والاجتماعى والتربوى ، ويواجه بيئته المبكرة ، ويمارس خبراته الأولى من خلال الأسرة كجماعة أولية ، كما يتعلم فيها كيفية التعبير من الرأى والتى تشكل بعد ذلك نمط تعبيره عن الرأى بصفة عامة في مختلف المواقف الاجتماعية التى تصادفه.

١٥- **المؤسسات التعليمية** : Educational Institutes كالمدارس والمعاهد والجامعات حيث تؤثر فى سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم تربويا ونفسيا ، «كما تقوم بالدور الأساسى فى تعليم المهارات ، وتوصيل المعرفة ، وتفسير التراث والتقاليد التى يريد المجتمع نقلها من جيل إلى جيل، وتبلور القدرة على التكيف والتوافق والتعبير

الاجتماعى»[١٥] ، إلى جانب مهماتها الاساسية فى إكساب الأفراد القدر الكافى من المعلومات العامة والمتخصصة فى الموضوعات العلمية المختلفة ، وبالتالى فانها تمثل أقوى العناصر التى تسهم فى تكوين الرأى العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفى، أو من حيث اتجاهه وقوته.

« وقد كشفت بعض الدراسات التى أجريت عن صلة النظام التعليمى بالاتجاهات السياسية المعبرة عن الرأى العام ، أن بعض نماذج السلوك والاتجاهات السياسية تظهر بصورة أكثر وضوحا عند الأفراد الذين تلقوا قدرا من التعليم النظامى أكثر من غيرهم، حيث يظهر عندهم احساس بالالتزام السياسى، وايمان أعمق بكفاءة الفرد، فضلا عن أنهم يحظون بدرجة أكبر من الاندماج السيكولوچى فى السياسة، ويكشفون عن مشاركة أوضح فى النشاط السياسى، كما يميلون دائما إلى الوصول إلى معرفة أدق وأعمق فيما يتصل بمسائل السياسة العامة، من خلال اعتمادهم على مصادر عديدة تمكنهم من تكوين آراء وأحكام سياسية تتميز بأنها أكثر رشدا » [١٦] .

١٦- **الشعور الوطنى** : National Feeling وهو الذى يرتبط بالرأى العام الوطنى أى على مستوى الوطن كله دون التخصيص على قضية محلية أو نوعية ، كما يرتبط أيضا بالقضايا والموضوعات ذات الصبغة الوطنية ، فلاشك أنه فى حالة تعارض الموقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرأى العام سريعا وبقوة نحو الأهداف والمصلحة الوطنية.

١٧- **الشائعات وحملات الهمس** : Rumors and Whispering Campaigns والتى تعتبر من أقوى العناصر التى تؤثر فى تكوين الرأى العام - سلبا وإيجابا - حيث تقوم على أساس انتزاع بعض الأخبار أو المعلومات - أو جزء معين منها - ومعالجتها وتحريفها Distortion سواء بالمبالغة أو التأكيد أو الحذف أو التهوين ، ثم إعادة صياغتها عن طريق إلقاء ضوء باهر على معالم أو عناصر معينة فيها لتجسيمها بطريقة انفعالية، بحيث يتيسر للجماهير فهمها ، ويسهل سريانها واستساغتها واستيعابها على أساس اتصالها بالأحداث الجارية أو الوقائع أو الاشخاص، وتمشيها مع العرف والتقاليد والقيم السائدة (١٧) .

١٨- **الدين** : Religion ويمثل أحد المحددات الاساسية للرأى العام بما يتضمنه من تعاليم وقيم وأسس أخلاقية وأوامر ونواهى، فضلا عن الجوانب الروحية والوجدانية التى يشيعها فى الفرد، مما يجعل من الدين عنصرا مؤثرا فى تشكيل الرأى العام من حيث مضمونه واتجاهه وقوته خاصة إذا كان هذا الرأى مرتبطا ببعض القضايا أو الجوانب الدينية، ويشير الباحثون إلى أن التعاليم الدينية تؤثر فى الرأى العام لدى الأفراد من خلال عدة طرق مثل استراتيجيات القادة الدينيين فى المناقشة والخطابة والتوعية الدينية ، واستخدام الأسلوب المنطقى والاقناع بالحجج ، واستراتيجيات الجمعيات الخيرية الدينية، واستراتيجية نشر التعاليم الدينية (١٨) .

١٩- **القادة** : Leaders وهم أحد العناصر المكونة للرأى العام سواء فى المجال السياسى أو الاقتصادى أو الاجتماعى أو المهنى أو الدينى ،

وسواء على المستوى الوطنى أو المحلى ، وكلما زادت قدرة القادة والزعماء وكفاءتهم ازدادت درجة تأثر الرأى العام بهم ، حيث يؤكد الخبراء على التأثير العالى للزعماء والقادة على اتجاهات الجماهير ، وتصرفاتها، باعتبار أن الزعامة هى فن قيادة الجماهير، والتأثير فى معتقداتها ، وتشكيل آرائها بالطريقة التى تحدد الأهداف المرسومة(١٩).

٢٠- **قادة الرأى** : Opinion Leaders وهم الأشخاص ذوى التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين فى مجتمع ما بصورة مطلوبة ومتكررة فى موقف اختيارى ، ولأسباب وعوامل شخصية غير رسمية ولا تتصل بالمناصب والأوضاع الرسمية ، كالخبراء والعلماء، وصفوة المثقفين والمفكرين ، وبعض الزملاء والاصدقاء والجيران ، ويلعب قادة الرأى دوراً هاماً فى تشكيل الرأى العام وتوجيهه والتأثير فيه إزاء قضايا وموضوعات مختلفة متصلة بمجال تأثيرهم.

مراجع الفصل الثالث وهوامشه

١ – د. محمد عبد الله ، د. مدحت راغب، **مرجع سابق** ، ص ٩٤.

٢ – د. أحمد بدر ، **مرجع سابق** ، ص ٨٣.

3. W.P. Davison. The Public Opinion Process. **Public Opinion Quartrly**, Vol. 22, Summer 1958. pp. 91 - 106.

٤ – د. شاهيناز طلعت ، **الرأى العام** (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٨٣) ص ١٨٧.

٥ – المرجع السابق، ص ١٩٣ – ١٩٦.

٦ – د. محمد عبد الله ، د. مدحت راغب ، **مرجع سابق** ، ص ٩٢ – ٩٣.

٧ – د. فاروق يوسف أحمد ، **الرأى العام** (القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٨٧) ص ٤٧.

٨ – د. بسيونى حمادة ، **دور وسائل الاتصال فى صنع القرارات فى الوطن العربى** ، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٣) ص ١١٣.

٩ – انظر المرجعين التاليين :

- F. Allport, **op. cit.**, p. 140.

– د. سامية أحمد جابر ، **مرجع سابق** ، ص ١٩٦ – ١٩٧.

١٠– انظر – بالاضافة إلى مجموعة المراجع السابقة – المرجع التالى :

– د. حامد زهران ، **مرجع سابق** ، ص ١٩١.

١١– د. إبراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، الطبعة الثالثة (القاهرة : مكتبة الانجلو، ١٩٨١) ص ٢١٠ – ١٣.

١٢– انظر مجموعة المراجع التالية :

– إبراهيم امام ،مرجع سابق ، ص ٢١٠ – ٢٤١.

– د. سامية أحمد جابر ، **مرجع سابق** ، ص ١٩٠ – ١٩١.

– د. شاهيناز طلعت ، **مرجع سابق** ، ص ٢٤٧ – ٢٧٧.

– د. محمد عبد القادر حاتم ، **الرأى العام** ، (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧١) ص ٧٠ – ١٢٦.

١٣- د. إبراهيم إمام ، **مرجع سابق** ، ص ٢١٥.

١٤- المرجع السابق، ص ٢٢٥.

١٥- د. سامية أحمد جابر، **مرجع سابق** ، ص ١٩٠.

١٦- المرجع السابق ، ص ١٩١.

١٧- د. إبراهيم إمام ، **مرجع سابق** ، ص ٢٤١.

١٨- د. شاهيناز طلعت ، **مرجع سابق** ، ص ٢٦٤.

١٩- د. إبراهيم إمام ، **مرجع سابق** ، ص ٢٢٠.

٤

خصائص الرأى العام وقوانينه وسلوكياته

أورد عدد من الباحثين فى مجال الرأى العام عدة خصائص يتميز بها الرأى العام ، كما تناول بعض الخبراء والباحثين قوانين الرأى العام وسلوكياته، ونعرض فيما يلى لأهم هذه الخصائص والقوانين والسلوكيات :

اولا : يرى بعض الباحثين أن هناك ٤ خصائص مميزة يجب أن يضعها الباحث فى اعتباره عند تقييم الرأى العام ودراسته ، وهى [١] :

١ - مدى **انتشار الرأى العام** بين الجمهور الذى يقاس رأيه حول قضية أو موضوع ، سواء كان هذا الجمهور عاماً أو نوعياً أو خاصاً.

٢ - **استمرار الرأى العام** حول قضية معينة ومدى هذا الاستمرار.

٣ - **شدة الرأى العام وقوته** بين الجمهور ازاء القضية أو المشكلة أو الموقف.

٤ - **معقولية الرأى العام** ، ومدى ارتكازه على أسس منطقية مقبولة.

ثانيا : كما يذهب بعض الباحثين إلى تحديد مجموعة أخرى من الخصائص يتمثل أهمها فيمايلى [٢] :

١ - **اتجاه الرأى العام** أو وجهته وهى الخاصية التى تتعلق بمسار الرأى العام ومدى رفضه أو قبوله للفكرة أو الموضوع أو القضية التى يقاس بشأنها ، أى أن هذه الخاصية تقيس **درجة التأييد أو الرفض أو الحياد** بالنسبة لموضوع معين.

٢ - **مضمون الرأى العام ومحتواه** ، وهى الخاصية التى تتعلق **بكمية ونوعية المعلومات المتوافرة** لدى الرأى العام المطلوب قياسه عن موضوع أو قضية أو مشكلة معينة ، وتحدد مدى قيام الرأى العام على معرفة حقيقية بالموضوعات والقضايا المثارة.

٣ - **درجة استقرار الرأى العام وثباته** ، وهى الخاصية التى تساعد فى دراسة **ثبات** الرأى العام بالنسبة لقضية معينة ذات طبيعة مستمرة، **ومدى التغير** الذى يصيب الرأى العام ازاءها بمرور الوقت ، وذلك على الرغم من أن أحد صفات الرأى العام عدم استقراره أو ثباته فترة طويلة.

٤ - **قوة الرأى العام وشدته** ، وهى الخاصية التى تقيس **مدى الاهتمام** الذى يوليه الرأى العام لقضية أو موضوع أو مشكلة ، **ومدى الاختلاف فى القوة** بين الجماعات المختلفة.

٥ - **مجال الرأى العام** ، وهى الخاصية التى تقيس حجم الرأى العام **ونطاقه**، وتحدد ما إذا كان ضيق النطاق ومحصور فى مجموعات نوعية محدودة ، أو واسع النطاق ويشمل مجموعات كبيرة تشكل رأيا عاما جماهيرياً.

٦ - تركيز الرأى العام ، وهى الخاصية التى تقيس قوة الرأى العام وشدته، وتكشف مدى اعتماده على الاتجاهات والمواقف الغالبة القوية لدى الجماعات المكونة للرأى العام.

٧ - عمق الرأى العام ، وهي الخاصية التى تقيس قوة الرأى العام ومدى علاقته بالعواطف والمواقف الاخلاقية والقيم التى يعتنقها أفراد الجمهور الذى يقاس رأيه.

ثالثا : يضع بعض الخبراء مجموعة من القواعد والافتراضات الخاصة بسلوكيات الرأى العام مستخدمين المدخل النفسى أو السلوكى فى استخلاص هذه المجموعة من القواعد النفسية ، فقد خلص هادلى كنتريل "Hadley Cantril" من دراسته التفسيرية عن اتجاهات الرأى العام إلى وضع مجموعة افتراضات خاصة بالقواعد النفسية والسلوكية التى تساعد الفرد على تكوين رأيه وذلك على النحو التالى [٣] :

١ - يتكون الرأى العام إذا واجه الفرد موقفا ما فشل فيه وتطلب منه إبداء حكما يتطلب منه أن يتصرف تصرفا ما لتحقيق هدفه.

٢ - يتكون الرأى كذلك من خبرة الفرد السابقة التى أرشدته إلى القيام بسلوك معين لتحقيق هدفه.

٣ - ينبنى رأى الفرد أساسا على مؤشرات أو دلائل خفية - لايدركها - تمتزج معا ثم تتكامل وتقوى إذا ماتأثرت بموقف معين، لتكوين حكم له قيمة فى القيام بعمل ما لتحقيق هدف ما.

٤ - عندما تتوافر للشخص المعرفة بما يدور حوله من أمور ، وعندما يكون تفكيره منطقيا، فان ذلك من شأنه أن يخدم الوظيفة التى تؤدى إلى إيجاد دلائل اضافية لها وزن يستخدمها فى عملية تكوين الرأى.

٥ – رأى الفرد لايتغير أو يتبدل إلا إذا تغير هدفه، أو إذا تبين له – من العمل الذى قام به – أن آراءه السابقة ليست مرشدا قويا يساعده فى الوصول إلى هدفه.

٦ – وسواء أكان لرأى الفرد فاعلية فى تحقيق هدف ما، أو لم يكن ، فان هذا الرأى لايمكن اختباره الا عندما يواجه بنفسه مواقف محددة.

٧ – الآراء التى تنبنى على حكم قوى لموقف أو لمواقف معينة جيدة هى آراء جيدة وتظهر عكسية للآراء السطحية.

٨ – الآراء التى لم تختبر بعد عن طريق القيام بعمل ما تكون عرضة لأن تصبح بلا معنى – من حيث دقتها – وضعيفة من حيث ارشادها للفرد لكى يقوم بعمل ما فى المستقبل، ولايمكن الاعتماد عليها إذا ما أردنا الاستناد إليها للتنبؤ بسلوك الفرد فى المستقبل.

٩ – اما إذا تأكد الفرد من ان الرأي الذى اعتنقه يمكن الاعتماد عليه كمرشد للقيام بعمل مستهدف فان هذا الفرد سيكتسب احساسا بالطمأنينة، التى هى ناتج العامل النفسى ، والعكس صحيح.

١٠– ينتج الشعور بالطمأنينية كذلك عندما تتفق الدلائل التى تكونت من خبرات الفرد فى الماضى وتكاملت مع بعضها ، وعلى العكس من ذلك فان عدم الشعور بهذا الاحساس ينتج عادة عندما تتضارب هذه الدلائل وتختلف مع بعضها.

١١– فى الأوقات الصعبة والحرجة ، يمكن أن توصف الآراء بأنها غير منظمة، حيث تميل إلى أن تكون مجرد اقتراحات ، لان المعايير والدلائل السابقة توفر لأصحاب هذه الآراء ارشادات يعتمدون عليها فى القيام بعمل مستهدف فى المواقف الجديدة.

١٢- قد تظهر الآراء فى إطار توقعات المستقبل، فالانسان ، بطبيعته، مرتبط بحياة اجتماعية قوية تتسم بالتغيير المستمر والمرونة الدائمة، ومن ثم فان الرأى الذى يتخذه الآن يربط - فيما يتعلق بعمل مستهدف - بين الماضى والمستقبل.

١٣- لا يتأثر الرأى ، عادة، بالاحداث الجارية إلا عندما يرى الفرد أنها ذات معنى خاص لمساعدته فى تحقيق أهدافه، أو أنها قد تقف عقبة فى سبيل تحقيق هذه الأهداف.

١٤- تعتمد قوة تمسك الفرد برأى ما على أهمية ذلك الرأى فى تحقيق الهدف الذى ينشده.

١٥- الآراء - على عكس ما فى داخل النفس البشرية - يحس بها الفرد بقوة عادة لأنها تتضمن أهداف الآخرين وعلاقة هذه الأهداف بأهدافه.

١٦- عندما يؤخذ فى الاعتبار أن الآراء قد تضمنت جميع العوامل المتصلة بتحقيق أهداف الفرد بنجاح فانه يمكن أن نطلق عليها عندئذ الآراء الدقيقة أو الصحيحة.

١٧- بمرور الزمن تصبح آراء الفرد أكثر دقة ، لأنه يتعلم من خلال خبرته فى الحياة - من نجاح وفشل - أن يشمل ادراكه أهداف الآخرين.

رابعا : يذهب الباحثون إلى وضع تعميمات تفيد من خصائص الرأى العام وقوانينه وسلوكياته سواء فى حالته الايجابية أو السلبية، وذلك على النحو التالى [٤] :

١ - يتحول الرأى العام الساكن أو الكامن إلى رأى عام صريح فى حالة ظهور موضوع أو قضية ذات اهتمام واسع من قبل أفراد الجمهور.

٢ - يحتاج الرأى العام إلى مطابقته لرأى الأغلبية وتمشيه معها، وتزداد قوته ونموه إذا اكتسب رأى الأغلبية.

٣ - الرأى العام الفعلى هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، وعندما يصعب التغلب على الظروف التى أدت إلى هذا التصادم أو القلق أو خيبة الأمل يلجأ الرأى العام لعملية التبرير أو الإبدال أو التعويض.

٤ - يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأى العام عندما يعزو بعض الناس مصادر معارفهم واتجاهاتهم إلي الآخرين (عملية الإسقاط)، أو عندما يفترض بعض الناس أن اتجاهاتهم ومعارفهم هى نفسها اتجاهات الآخرين ومعارفهم (عملية التقمص) أو عندما يكون لدى الناس جميعا نفس المعلومات المتشابهة بصورة عامة (عملية التبسيط).

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

٦ - يتأثر الرأى العام ويتقرر بالأحداث أكثر من تأثره بالكلمات مالم تترجم هذه الكلمات فى شكل أحداث وأفعال.

٧ - يستجيب الرأى العام للأحداث أكثر مما يشعر بها مقدما أو يتنبأ بها.

٨ - من المحتمل أن تؤدى الأحداث القوية غير العادية إلى تحويل الرأى العام من طرف نقيض إلى الطرف الآخر، وذلك بصفة مؤقتة، ولايصبح الرأى العام مستقرا إلا إذا نظر إلى مايتعلق بهذه الأحداث نظرة فاحصة دقيقة.

٩ - تكون القضايا والمقولات الكلامية - وكذلك الأوصاف العامة للأحداث - متمتعة بأقصى قدر من الأهمية عندما يكون الناس على استعداد لتقبل مايوحى إليهم من مصدر مطلع موثوق به يسعون إليه ليفسر لهم مايغمض عليهم.

١٠- لايتوقع الرأى العام سلفا الأحداث الطارئة ، بل يقتصر دوره على إحداث رد الفعل إزاءها عندما تقع.

١١- يتحول الرأى العام الباطنى إلى رأى عام ظاهر مفصحا عن نفسه فى حالة ازدياد وزن القضية وقوتها ، واحتمال أن يؤدى ظهور الرأى العام إلي نتائج ايجابية واضحة قوية.

١٢- لا يستمر الرأى تجاه قضية أو أى موقف مثارا لفترة طويلة مالم يشعر الأفراد الذين يمثلونه أن مصالحهم تتأثر بشكل واضح ، أو مالم تساعد الأحداث التالية فى تدعيم الرأى الذى أثير أصلا بواسطة الكلمات.

١٣- يتحدد الرأى العام - من الناحية النفسية - على أساس المصالح الذاتية، ولايبقى منفعلا مدة طويلة إلا إذا شعر الناس أن مصالحهم الذاتية مهددة بالخطر، فالأحداث والكلمات - أو أى مثير آخر - يتوقف تأثيرها على درجة وضوح العلاقة بينها وبين المصلحة الذاتية.

١٤- ليس من السهل تغيير الرأى الذى يتعلق أو يتصل بالمصالح الذاتية.

١٥- عندما يكون هناك مساس بالمصالح الذاتية فإن الرأى العام في المجتمعات الديمقراطية يسبق السياسة الرسمية ويرجحها.

١٦- كلما ازدادت درجة التعليم ازداد الوعى العام والادراك الشامل لابعاد الموضوع أو القضية ، مما يساعد على تقوية الرأى العام ودعمه، وبالتالى لايسهل خداعه.

١٧- الرأى العام شديد الحساسية للقضايا والأحداث الهامة.

١٨- ليس من الضرورى أن يعرف الرأى العام امكانية حل أو مواجهة المشكلة أو القضية التى تشغله.

١٩- يحتفظ الناس بآراء كثيرة ، ويقدرون على تكوين الآراء بسهولة أكثر فيما يتعلق بالأهداف وليس الأساليب الضرورية لبلوغ هذه الأهداف.

٢٠- يؤدى عدم اهتمام الجمهور بالقضايا العامة إلى اصابة الرأى العام باللامبالاة ، كما يظل الرأى العام فى غفلة عن المطالب العامة والوطنية.

٢١- فى المواقف الحرجة تكون درجة حساسية الأفراد كبيرة لقدرة القيادة وكفاءتها ، فإذا كانت ثقتهم فيها كبيرة فإنهم يصبحون على إستعداد لتخويلها سلطات وصلاحيات أكبر من تلك التى تعطى لها فى الظروف العادية ، أما إذا لم تتوافر هذه الثقة فإنه يكون هناك تردد في ذلك بدرجة أكبر من التردد فى الظروف العادية.

٢٢- لا يتردد الأفراد فى قبول قيام قادتهم باتخاذ القرارات إذا توافر لديهم الشعور بأنهم يشاركون - بطريقة ما - فى صنع هذه القرارات ، ويكون الرأى العام فى هذه الحالة أقل اعتراضا على قيام القادة باتخاذ قرارات هامة.

٢٣- يضعف الرأى العام نحو قضية ما أو موضوع ما نتيجة قلة اهتمامات الجماعة بهذه القضية أو الموضوع.

٢٤- عندما يكون الرأى العام خاصاً بأغلبية بسيطة أو غير محدد تحديداً كافيا، فإن الحقائق والبيانات الموضوعية تساعدان على إنتشاره وقبوله بشكل واسع وسريع.

٢٥- تؤدى الأحداث ذات الأهمية غير العادية إلى تأرجح الرأى العام بشكل مؤقت ، ولايستقر الرأى العام حتى تصبح نتائج هذه الأحداث واضحة بدرجة كافية.

٢٦- يصبح الرأى العام فى الأوقات الحرجة أكثر حساسية بالنسبة لكفاءة وقدرة قادته ، فإذا كان يثق فى قادته يصبح أكثر استعدادا للاعتماد عليهم فى تحمل المسئولية ، أما إذا كان لايثق فيهم فإنه يصبح أقل تسامحا إزاءهم .

٢٧- إذا أعطى الشعب - فى جو من الحرية - فرصة التعليم والاعلام الطيب ، وساد المجتمع جو من الديمقراطية الحقيقية، وكانت البيانات متوافرة، فإن ذلك من شأنه أن يجعل الرأى العام أكثر قوة تجاه المصلحة العامة، ويزداد حمل الأفراد على الموافقة على الآراء الموضوعية التى يبديها الخبراء ويطرحونها.

٢٨- عادة مايكون لدى الأفراد آراء كثيرة، كما أنهم يستطيعون تكوين مثل هذه الآراء بالنسبة للأهداف ، بينما تكون هذه الآراء محدودة وأصعب فى تكوينها بالنسبة للطرق اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.

٢٩- يتشابه الرأى الفردى فى إنه يتلون ويتأثر بالرغبات، وعندما يقوم الرأى على الرغبات ويتعلق بها بدرجة أكبر من استناده إلى البيانات فإنه يصبح أكثر عرضة إلى التقلب مع الأحداث.

٣٠- على الرغم من أن الرأى العام لايتصف - دائما - بالثبات ، فإن كثيرا من ضروب عدم الثبات تكون أكثر وضوحا مما هى عليه فى الحقيقة عندما يتم إدراك الأطر العامة للمرجع، وعندما يتم اكتشاف المستويات الأساسية للحكم وتمييزها عن تلك التى استمدت منها الآراء.

٣١- يتأثر الرأى العام بمقدار ما يعلنه الباحثون من نتائج الاستقصاءات عن القضايا التى تهم الرأى العام.

٣٢- حين تكون هناك رغبة فى تلوين الرأى العام، ويكون مؤسسا بشكل أساسى على الرغبة أكثر من تأسيسه على المعرفة والإعلام، فمن المحتمل أن يتأرجح هذا الرأى تأرجحا كبيراً وخاصة بالنسبة للأحداث.

٣٣- كلما كان الرأى العام عليما بماجريات الأمور ، كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الموضوعات.

٣٤- الأبعاد النفسية الهامة للرأى هى الاتجاه ، والصلابة ، والاتساع، والعمق.

وتفيد هذه الخصائص والقوانين والسلوكيات خبراء الرأى العام والاعلام فى تصميم البرامج الاعلامية والاتصالية مراعين مجموعة الاعتبارات المؤثرة فى الرأى العام والتى يتمثل أهمها فى (٥) :

١ - يؤدى عدم الاقتصار على دراسة جانب واحد من جوانب الرأى العام إلى التوصل إلى معلومات وفيرة غنية عن قوة الرأى العام ، ومدى انتشاره ، واستمراره ، وشدته ، ومعقوليته ، ونطاقه ، وعمقه ، وكثافته ، مما يساعد على تحديد المزيج الاتصالى والاعلامى والمعرفى بما يتناسب مع هذه الجوانب مجتمعة.

٢ - يمكن تحويل الرأى العام الساكن إلى رأى عام ظاهر أو صريح، عن طريق الاهتمام الاعلامى بالقضية أو الموضوع، وطرحه بدرجة تزيد من اهتمام الأفراد به.

٣ - تسهم وسائل الاعلام عن طريق تقديم المعلومات والحقائق والبيانات فى زيادة معرفة الأفراد بماجريات الأمور ، مما يساعد على تحقيق المزيد من القدرة لدى الرأى العام على الفهم والحكم الصحيح على القضية أو القضايا موضوع الرأى ، وصعوبة خداعه.

٤ - كما تؤدى الجهود الاعلامية والاتصالية القائمة على أساس الدراسة الفعلية للرأى العام إلى زيادة اهتمام فئات الجماهير المختلفة بالقضايا والموضوعات المثارة من خلال النشاط الاعلامى ، وهو ما يساعد على تحقيق الاهتمام المستمر للرأى العام بهذه القضايا ، وتكوين وبلورة رأى عام قوى مستنير نحوها.

مراجع الفصل الرابع وهوامشه

١ – د. محمد عبد القادر حاتم ، **الرأى العام : كيف يقاس ، كيف يساس ، مرجع سابق** ، ص ٥٧.

٢ – المرجع السابق ، ص ٥٩.

٣ – د. شاهيناز طلعت ، **مرجع سابق** ، ص ١٩٠ – ١٩٢.

٤ – انظر مجموعة المراجع التالية :

- S. Cutlip, A. Center, **op. cit.,** p. 133.

– د. محمد عبد القادر حاتم ، **الرأى العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مرجع سابق** ، ص ١٦٢.

– د. حامد زهران ، **مرجع سابق** ، ص ١٨٩.

– د. عاطف العبد ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** (القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٩٤) ص ١٢٦–١٢٩.

– د. محمد عبد الله ، د. مدحت راغب ، **العلاقات العامة ، مرجع سابق** ، ص ١٠٤.

٥ – د. سمير محمد حسين ، **العلاقات العامة** ، الطبعة الأولى (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨٥) ص١٠٩.

٥

أهميـــة قيـاس الـرأى العـام ومشكلات قياســه فى الدول النامية مع الاشـارة إلى التجربـة العربيـة

أولا : أهميـــة قيـاس الراى العـام

تفرض ديناميكية الرأى العام وتغيره المستمر على صانعى السياسات ومتخذى القرارات سواء على المستوي السياسى أو الاقتصادى أو الاجتماعى، وسواء على المستوى القومى أو القطاعى أو الجزئى ، والمركزى أو المحلى، قياس الرأى العام تجاه القضايا المختلفة قياسا علميا دقيقا وبشكل دائم ومستمر، وذلك بهدف معرفة الواقع الفعلى بحجمه الطبيعى ، ودراسة مشكلاته الملحة، وتقييم ماتم ، والتوصل إلى الصورة الصحيحة عما لدى الجمهور من معلومات وآراء واتجاهات.

ولاشك أن مثل هذا القياس الدقيق لاتجاهات الرأى العام لدى الجمهور العام - أو لدى فئات أو قطاعات مختارة منه - سوف يتيح الفرصة للمنظمات المختلفة فى اتخاذ قراراتها فى ضوء الحقائق الموضوعية ، كما يسمح للدولة وللمنظمات المختلفة فيها أن توجه الرأى العام توجيها سليما وأن تحشد قوته

وتركزها لتتجه اتجاها محابيا لأنماط التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهو مايتمشى مع الاتجاهات الحديثة فى التأثير فى الرأى العام على أساس قاعدة التوجيه نحو الأهداف الوطنية بالاستخدام الواعى المستنير للاعلام والاتصال.

ثانيا : مشكلة قياس الراى العام فى الدول النامية

يفترض الباحثون أن استطلاعات الرأى العام وقياساته وبحوثه تتم بنجاح فى الدول المتقدمة، حيث تزداد درجة الوعى لدى الأفراد نتيجة ارتفاع المستوى التعليمى والثقافى وسيادة النظم الديمقراطية التى تتيح امكانية التعبير الحر عن الآراء، وتدفع الحكومات إلى سبر أغوار الرأى العام قبل اتخاذ أية قرارات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ، بالاضافة إلى توافر كافة العوامل والامكانات المادية والتكنولوجية التى تتيح القيام بهذه الدراسات.

ولكن المشكلة تبرز بوضوح فى حالة الدول النامية وخاصة تلك التى لا تتبع فيها النظم الديمقراطية ، فعلى الرغم من الأهمية الكبيرة لقياس الرأى العام فى مثل هذه الدول النامية ، نظرا لارتباط نجاح برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتربوية والثقافية فيها بمدى اعتمادها على القدر الكافى من المعلومات والبيانات الخاصة باتجاهات الرأى العام ، إلا أن عملية استطلاع الرأى العام وقياسه ودراسته فى مثل هذه المجتمعات تكتنفها صعوبات كثيرة تعرض لذكرها بعض الباحثين من أهمها(١) :

١ - نقص المعلومات المتاحة للأفراد داخل معظم هذه المجتمعات عن الموضوعات المختلفة التى يمكن أن يقاس الرأى العام بشأنها ، فمن المعروف أن عملية تكوين الرأى لاحقة على عملية اكتساب المعلومات عن الموضوع الذى يدور الرأى حوله ، كما أن توافر المعلومات الصحيحة يؤدى إلى تكوين الآراء

الصحيحة ، وتفتقر بعض الدول النامية إلى توافر المعلومات بالكم والكيف المناسبين، وبما يتيح للأفراد امكانية تكوين رأى عام مستنير بشأن العديد من القضايا والموضوعات والمشكلات المطروحة.

٢ - ويرتبط بالنقطة السابقة احتمال النقص فى وسائل الاعلام التى يمكن أن تستخدم بطريقة فعالة جماهيريا لتوصيل المعلومات عن الموضوعات المختلفة إلى قطاعات جماهيرية متعددة ، بالاضافة إلى وجود صعوبات تمنع من الانتشار الواسع لوسائل الاعلام على مستوى المجتمع ، فتعيق عملية توافر المعلومات بالقدر الكافى والمناسب لتكوين الرأى .

٣ - كما يرتبط بالنقطتين السابقتين أيضا ارتفاع نسبة الأمية وعدم القدرة على القراءة والكتابة فى معظم المجتمعات النامية ، وهو مايؤثر فى الرأى العام وامكانية تكوينه فى أكثر من اتجاه على النحو التالى :

- تحول الأمية دون تكوين وعى عام لدى الجماهير يتيح لها تكوين رأى عام مستنير ازاء القضايا والمشكلات المختلفة.
- تقلل الأمية من احتمال الافادة من المعلومات المتوافرة عن الموضوعات والقضايا المتعددة بوسائل الاعلام المختلفة نظرا لعدم امكان قراءتها أو استيعابها.
- يؤدى انتشار الأمية بدرجة عالية إلى عدم تمكن أجهزة الاعلام المختلفة من أداء رسالتها الاعلامية فى تكوين رأى عام مستنير إزاء العديد من القضايا والمشكلات ، نظرا لانخفاض قدرة الأفراد الأميين على تلقى المعلومات وفهمها وربطها ببعضها البعض بطريقة ميسورة تؤدى إلى تكوين الرأى العام المستنير.

٤ – التخلف التكنولوچى فى الدول النامية في المجالات المرتبطة بالرأى العام من حيث تكوينه وحشده وبلورته وامكانية قياسه ، مما يؤدى إلى التخلف فى مجال استطلاع الرأى العام وقياسه فى التوقيتات الملائمة لهذا القياس، خاصة وأن عملية قياس الرأى العام يلزم أن تتصف بالحالية والآنية والسرعة نظرا لارتباطها بموضوعات وقضايا حالية وعاجلة.

إن التخلف الواضح فى تكنولوچيا الاتصال لا يتيح الفرصة لتكوين الرأى العام بطريقة سهلة وميسورة ، كما أن التخلف الواضح فى مجال الحاسبات الالكترونية – من حيث توافرها ونوعيتها واستخداماتها وتكلفتها وإمكان الافادة منها – يشكل عقبة كبيرة فى استطلاعات الرأى العام فى الدول النامية.

٥ – كما تتأثر عملية قياس الرأى العام أيضا بطبيعة الظروف والأوضاع الاقتصادية ومدى استقرارها ، فلاشك أن انعكاسات اقتصاديات الندرة على الرأى العام تختلف كثيرا عن انعكاسات اقتصاديات الرفاهية ، حيث يركز الرأى العام فى الاقتصاديات المختلفة على المشكلة الاقتصادية وكيفية مواجهتها والخلاص منها كمحور اساسى.

٦ – النقص الواضح فى الموارد المادية مما لا يتيح امكانية القيام باستطلاعات الرأى العام وقياسه بطريقة سليمة.

٧ – هذا بالاضافة إلى مجموعة متنوعة من المشكلات المنهجية الناجمة عن الأوضاع الثقافية والتعليمية والحضارية ودرجة الوعى فى الدول النامية، والتى تحول دون القيام باستطلاعات الرأى العام وقياسه والتوصل إلى نتائج ذات دلالة بشأنه نظرا لما يواجه الباحثين فى هذا المجال من صعوبات

ومعوقات منهجية مرتبطة بدرجة وعى المبحوثين، وامكانية التعرف على آرائهم الحقيقية - فى حالة معرفتهم لها - بطريقة ميسورة ، ونوع أدوات البحث المستخدمة ، وطرق جمع المعلومات ، وأساليب صياغتها واعدادها ، ونوع المناهج التى يمكن استخدامها ، وكشف مدى الصدق والثبات فى المعلومات التى تم جمعها.

ثالثا : تجربة قياس الراى العام فى الدول العربية (حالة مصر)

بعد أن عرضنا لأهمية قياس الرأى العام ، ومشكلات هذا القياس فى الدول النامية ، يمكن أن نستعرض التجربة المصرية كدراسة حالة للتجربة العربية فى مجال قياس الرأى العام، حيث يمكن تصنيف دراسات الرأى العام فى مصر إلى مجموعات نوعية على النحو التالى(٢) :

١ - مجموعة الانتخابات والاستفتاءات المرتبطة ببعض القضايا السياسية كانتخابات الرئاسة أو مجالس الأمة والشعب والشورى والمجالس المحلية والاستفتاءات الشعبية بشأن بعض القضايا المطروحة من قبل القيادة السياسية تمثل استطلاعا جماهيريا مقننا للرأى العام ، ولكنها تظل عملية محددة فى إطار حكومى ، تتم بضوابط معينة ، وفي توقيتات خاصة، مع ارتباطها بموضوع أو قضية مطروحة من قبل القيادة السياسية تريد أن تعرف مدى قبولها جماهيريا.

وبهذا تصبح هذه الانتخابات والاستفتاءات بدايات أولية لعملية استطلاع الرأي العام جماهيريا بشأن قضايا محددة ، وان كانت لا تمثل القياس العلمى الدورى المتتابع للرأى العام واتجاهاته بصفة منتظمة حيال قضايا متنوعة.

٢ - مجموعة « تقارير رأى » تعدها بعض الجهات ، وهى لاتزيد - في حقيقة الأمر - عن كونها عملية جمع معلومات عن بعض القضايا المثارة، وهذه التقارير لا تعتبر فى الواقع قياسا للرأى العام ، وانما تمثل حصيلة من المعلومات - التى تعوزها الدقة والموضوعية والمنهجية والشمول - تساعد على تكوين صورة عامة عن بعض الموضوعات التى تشغل اهتمام بعض فئات الجماهير وآرائهم بشأنها ، وبهذا لايمكن الاعتماد عليها فى اتخاذ قرارات صحيحة ، كما لايمكن اعتبارها - من الناحية العلمية والموضوعية - قياس صحيحا للرأى العام.

٣ - وجود بعض المراكز والمكاتب الخاصة « الأهلية » التى تقوم بدراسات عن الرأى العام، وان كانت لاتزال حتى الآن فى البدايات الأولى ، وتحتاج أيضا إلى مزيد من الدعم ، كما تحتاج إلى الاعتراف أساسا بأهمية قيامها بقياس الرأى العام كأجهزة محايدة غير حكومية.

هذا بالاضافة إلى بعض الأجهزة التى تقوم بدراسات وبحوث متصلة بالرأي العام - وان كانت لاتعتبر بحوث رأى عام بالمعنى الدقيق - كأجهزة بحوث المستمعين والمشاهدين ، والقراء ، وبعض مراكز بحوث التسويق، وبحوث تنظيم الأسرة والسكان ، وغيرها من الأجهزة والوحدات البحثية - الحكومية والأهلية والخاصة - التى تقوم باجراء بحوث يمكن أن تفيد منها دراسات الرأى العام.

٤ - وجود جهاز لقياس الرأى العام ضمن مجموعة الوحدات العلمية التى يضمها المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية انشئ فى أواسط السبعينات ، وقام باجراء عدة دراسات واستطلاعات للرأى العام إما بطلب من بعض الجهات الحكومية ، أو تلبية لبعض الاحتياجات العلمية والبحثية فى

هذا المجال ، ويعتبر هذا الجهاز وحدة اكاديمية تعمل طبقا للأسس والمعايير العلمية الموضوعية فى قياس الرأى العام.

وقد صدر قرار تشكيل هذا الجهاز فى نوفمبر عام ١٩٧٦، وشكلت لجانه على الوجه التالى [٣] :

أ - الاتصالات العليا والإشراف العام على الجهاز : ويتولاه رئيس مجلس إدارة المركز.

ب - هيئة المستشارين : وتتبع مباشرة رئيس مجلس الإدارة، وتتكون من عدد من الشخصيات العلمية بالجامعات المصرية من أصحاب التخصصات المختلفة ذات الصلة بنشاط الجهاز ، بالإضافة إلى عدد من الشخصيات العامة ذات الصلة بنفس النشاط ، وتكون صلاحية هذه الهيئة استشارية مع وضع الخطوط العامة لنشاط الجهاز واقتراح آفاق تطويره وافادته بالأساليب الفنية والنظم العلمية المختلفة.

حـ - نائب المشرف العام على الجهاز: وهو أحد خبراء المركز، ويتولى الإشراف الفعلى وتنظيم العمل وإدارته داخل الجهاز ومباشرة نشاطه ورئاسة العاملين فى وحداته المختلفة ، بالإضافة إلى عضويته فى مجلس المستشارين.

د - مستشارون للجهاز : ويتبعون المشرف العام على الجهاز ، ويكونون أعضاء فى هيئة المستشارين، ويتعاونون مع نائب المشرف العام فى تحريك العمل وتخطيطه ودراسة الجوانب الفنية واقتراح الوسائل ووضع البرامج المختلفة لعمل الجهاز.

هـ – هيئة فنية : تتولى التخطيط للاستطلاعات المختلفة وتصميم الأدوات ومتابعة إجراء الاستطلاعات وكتابة التقارير.

و – هيئة فنية : تتولى كل مايتعلق باختيار العينات ومتابعة تغيراتها وإجراء التعديلات المختلفة عليها، وإعداد البرامج الخاصة بالحاسب الالكترونى وتنفيذها، وتتشكل هذه الهيئة من مسئول عن المتابعة وخبير فى العينات ومسئول عن التنفيذ.

ز – سكرتارية اتصالات : وتنحصر مهمتها فى تنفيذ الاتصال بفريق الباحثين الميدانيين ، كما تتولى تنفيذ عمليات التحرك خارج العاصمة لتسليم الاستمارات لفريق الباحثين الميدانيين وجمعهم وإعدادهم للعمل، والاتصال بالأفراد المطلوبين فى المدن والقرى المختلفة وفقا لتوزيع العينة المستخدمة فى كل استطلاع.

ح – باحثو الميدان : وهم من فريق الباحثين العاملين بعض الوقت بالمركز موزعين على المحافظات المختلفة ، يتم تدريبهم فى دورات متتابعة، وإعداد ملفات خاصة بكل منهم تتضمن عناوينهم وأسلوب استدعائهم.

ط – سكرتارية إدارية : خاصة بالأعمال المكتبية من حفظ وآلة كاتبة وطباعة، وأمين لمكتبة البرامج الإحصائية.

وفى ضوء هذا التنظيم استطاع الجهاز أن يقوم ببعض الأعمال من بينها برامج تدريبية للعاملين فى مجال الرأى العام، وأخرى لباحثى الميدان، وندوات علمية واختيار للعينات واستطلاعات للرأى فى موضوعات متباينة(٤).

٥ – وفى إطار تكثيف المراكز العلمية الأكاديمية المتخصصة فى قياسات الرأى العام واستطلاعاته ودراساته وأبحاثه، انشئ بحمد الله مركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة فى شهر أغسطس ١٩٨٢ كأحد الوحدات الأكاديمية الجامعية ذات الطابع الخاص، وبدأ فى ممارسة نشاطه فى القيام

باستطلاعات الرأى العام وقياساته وبحوثه على النطاق الوطنى فى مصر، ووفرت له جامعة القاهرة كافة المقومات والامكانيات التى تمكنه من الاضطلاع برسالته الوطنية التى تفيد منها كافة القطاعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية والثقافية فى مصر.

وقد قام المؤلف بإعداد دراسة الجدوى الشاملة لإنشاء هذا المركز منذ نهاية السبعينات، كما قام بوضع الهيكل التنظيمى للمركز، واختير المؤلف كأول مدير لهذا المركز عام ١٩٨٢ ، وقد تحددت خدمات المركز وهيكله التنظيمى على النحو التالى(٥) :

أ - خدمات المركز

يقوم المركز بتقديم مجموعة من الخدمات المتكاملة فى مجال الرأى العام فى مصر ينحصر أهمها فيما يلى :

١ - القيام بأبحاث ودراسات دورية ومستمرة عن اتجاهات الرأى العام بالنسبة لقضايا وموضوعات رئيسية تستلزم بالضرورة هذا النوع من المداومة والاستمرار، لخدمة قضايا وطنية وتغذية متخذى القرارات على المستوى الوطنى بمعلومات متجددة باستمرار تسهم في تكوين قاعدة معرفية دقيقة وموضوعية تفيد فى ترشيد عملية اتخاذ القرارات فى المجالات المختلفة.

٢ - القيام بالأبحاث والدراسات المطلوبة عن اتجاهات الرأى العام بالنسبة لموضوعات أو قضايا معينة تلبية لاحتياجات بعض الجهات الطالبة لخدمات المركز فى هذا المجال.

٣ - تقديم المعونة والمشورة إلى القطاعات والجهات المختلفة فى مصر لتطوير أساليب دراسة وقياس الرأى العام لديها وامكانية الافادة منه فى تطوير أدائها.

٤ – الاسهام فى اعداد المتخصصين من الباحثين المصريين فى مجالات دراسة الرأى العام وقياسه واستخدام الاتجاهات العلمية الحديثة فى هذا المجال.

٥ – القيام بعمليات النشر العلمى للأبحاث والدراسات والموضوعات المتصلة بالرأى العام والعلوم المتصلة به بما يسهم فى إثراء المعرفة العلمية فيه، وذلك عن طريق اصدار الكتيبات والدوريات المتخصصة فى الرأى العام.

٦ – القيام بعمليات الترجمة العلمية للموضوعات والأبحاث والدراسات الخاصة بالرأى العام والعلوم المرتبطة به، للاسهام فى نقل الأفكار والأساليب المتقدمة فى الرأى العام والافادة منها فى مجالات دراسة الرأى العام فى مصر.

٧ – القيام بخدمات التوثيق والمعلومات فى مجالات اهتمام المركز وتخصصه.

٨ – القيام بالأبحاث المشتركة مع بعض الجهات أو الهيئات الاقليمية أو الدولية أو الأجنبية فى مجالات تخصص المركز.

٩ – التعاون مع الجامعات والمعاهد والهيئات العلمية والمراكز البحثية المماثلة فى العالم للافادة من المعلومات والطرق والأساليب المتطورة فى مجالات دراسة الرأى العام وتيسير نقلها إلى البيئة المصرية وتكييفها مع واقع التطبيق والممارسة الفعلية.

ب - تنظيم المركز

طرحت عدة أشكال وبدائل تنظيمية مختلفة للمركز يمكن الأخذ بأحدها أو المزج بين عدة أشكال وبدائل منها وذلك على النحو التالى :

* تقسيم نشاط البحوث بالمركز – وهو النشاط الرئيسى له – طبقا للمجال الذي تجرى فيه الدراسة على النحو التالى :

- وحدة البحوث السياسية .
- وحدة البحوث الاقتصادية .
- وحدة البحوث الاجتماعية .
- وحدة البحوث الاعلامية.
- وحدة البحوث التربوية.

بحيث تقوم كل وحدة من هذه الوحدات باجراء النوعيات المختلفة لبحوث الرأى العام فى نطاق تخصصها.

* تقسيم نشاط البحوث إلى ٣ نوعيات - طبقا لطبيعة المتطلبات البحثية - على النحو التالى :
- وحدة استطلاع الرأى العام.
- وحدة قياس اتجاهات الرأى العام.
- وحدة بحوث الرأى العام.

بحيث تقوم كل وحدة منها بالمهمة البحثية المحددة فى كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والاعلامية وهكذا.

أما الوحدات التنظيمية للمركز فتتمثل فى :

(١) وحدة البحوث

وتكون مهمتها على النحو التالى :

- تلقي طلبات البحوث من الجهات الطالبة ودراستها.
- وضع خطط العمل البحثى.
- تقدير كافة الامكانيات المطلوبة للتنفيذ.

- تحديد التوقيتات الزمنية التقديرية اللازمة لخطوات البحث.
- تصميم أساليب وطرق جمع البيانات والمعلومات.
- الاشراف على تنفيذ البحوث ميدانيا ومكتبيا.
- الاشراف على تبويب البيانات والمعلومات وتصنيفها وجدولتها.
- تحليل البيانات والمعلومات وتفسيرها.
- اعداد التقارير النهائية للبحوث .

(٣) وحدة الاحصاء والحاسب الآلى

وتكون مهمتها متناسقة مع مهمة وحدة البحوث فى العمل على الافادة من الأساليب والطرق الاحصائية فى البحوث التى يجريها المركز .

(٣) وحدة التوثيق والمعلومات

وتكون مهمتها القيام بكافة خدمات التوثيق والمعلومات فى مجالات الرأى العام ، بالاضافة إلى خدمات مركز المعلومات والمكتبة المتخصصة فى الرأى العام والموضوعات المرتبطة به.

(٤) وحدة الترجمة العلمية والنشر العلمى

وتكون مهمتها القيام بكافة أعمال الترجمة العلمية للبحوث والموضوعات والدراسات فى مجال الرأى العام ، واصدار الدراسات والمطبوعات والدوريات فى مجال الرأى العام والعلوم المتصلة به، وتبادل هذه المطبوعات مع الجهات والمراكز والجامعات داخليا وخارجيا.

(٥) وحدة التدريب

وتكون مسئولة عن القيام بتدريب بعض الباحثين على العمليات التى يقوم بها المركز ، واعداد برامج تدريبية فى مجال الرأى العام للجهات الطالبة لمثل هذه الخدمات.

(٦) وحـــدة اداريـــة وماليـــة

وتكون مهتمها القيام بكافة الأعمال الادارية والمالية بالمركز.

رابعا : الدروس المستفادة من التجربـة المصريـة

يتضح من العرض السابق لأهمية الرأى العام وأنواعه وخصائصه وبحوثه والتجربة المصرية فى مجاله مجموعة من المؤشرات والدروس المستفادة وذلك على النحو التالى (٦) :

١ - على الرغم من أهمية استطلاعات الرأى العام وقياساته وبحوثه الا أن مصر لا زالت تفتقر إلى مثل هذا النوع من الدراسات والبحوث، مما يبرز مدى الحاجة إلى تنظيم جهد علمى وتطبيقى فى اتجاه دعم نشاط استطلاعات الرأى العام وقياساته وبحوثه فى مصر.

٢ - عدم وجود نوع من التنسيق والتكامل بين الأجهزة والوحدات التى تعمل في مجال استطلاع الرأى العام وقياسه ، مما قد يؤدى إلى التكرار والازدواج والتضارب وتشتيت الجهد المبذول ، فى الوقت الذى يمكن فيه الافادة من هذه الجهود واحداث قدر كبير من التكامل والتنسيق بينها، بهدف الوصول إلى معلومات صحيحة ودقيقة وموضوعية عن اتجاهات الرأى العام تساعد على اتخاذ قرارات سليمة لدي كافة الجهات المعنية بقياس الرأى العام فى مصر.

٣ - الاعتماد بصورة تكاد تكون كلية على مايسمى « تقارير المعلومات أو تقارير الرأى » الذى لايعتبر قياسا علميا موضوعيا لاتجاهات الرأى العام بقدر مايعتبر تجميعا لبعض مايقوله بعض الناس فى أماكن معينة عن موضوعات معينة بطريقة عشوائية ، ومع التسليم بأهمية هذا النوع من المعلومات

والتقارير التى تتسم بالفورية والسرعة ، والتى تعطى صورة سريعة عن الاتجاهات العامة للرأى حيال بعض الموضوعات الجارية ، إلا أن ذلك لايعتبر قياسا للرأى العام الذي يستلزم اجراءات وخطوات بحثية ومنهجية معينة لابد من اتباعها، ووضع الأسس الخاصة بكل منها والتى تتمشى مع طبيعة كل موضوع يراد قياس اتجاهات الرأى العام نحوه من حيث نوع الموضوع ، وأهميته ، وطبيعة الجمهور الذى سيقاس رأيه فى هذا الموضوع، ونوع المعلومات المطلوبة ، وغيرها من العوامل التى تحدد نوع القياس المطلوب.

٤ – ومع ازدياد أهمية الرأى العام وبحوثه ، ومع النظرة المستقبلية التى تستهدف التركيز على الجوانب الايجابية ووضع تصورات بشأن الافادة من دراسات الرأى العام، يجب التاكيد على ضرورة وجود سياسة وطنية واضحة لقياس الرأى العام فى مصر تأسيسا على أن هذا القياس مسألة سياسية وحضارية بالدرجة الأولى مرتبطة ارتباطا مباشرا بدرجة تقدم المجتمع وبازدياد اتجاه النظام السياسى صوب الديموقراطية ، وعلى ضرورة الاهتمام بالرأى العام في كافة المجالات بدلا من تجاهله وافتراض الاحاطة به دون قياس علمى.

خامسا : أهم التوصيات والإقتراحات التى يمكن أن تسهم فى تطوير قياسات الراى العام وترشيدها فى مصر والدول العربية

فى ضوء العرض السابق والدروس المستفادة من تجارب قياس الرأى العام فى الدول المتقدمة وفى مصر ، يمكن أن نخلص إلى مجموعة محددة من الاقتراحات والتوصيات التى يمكن أن تسهم في تطوير وترشيد قياسات الرأى العام فى مصر وفى الدول العربية وذلك على النحو التالى (٧) :

١ - التأكيد على ضرورة القيام ببحوث الرأى العام وقياسه بطريقة دورية ومستمرة بالنسبة لمختلف القضايا والموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها ، وعدم التخوف من القيام بهذه الدراسات، لأن المخاطر التى قد تنجم عن عدم قياس الرأى العام وافتراض الاحاطة به دون معرفة ميدانية حقيقية ، وتجاهل قياسه فى بعض الحالات، تعتبر مخاطر عالية نسبيا يمكن تجنبها بالقياس العلمى الدورى الدقيق.

٢ - مع التسليم بأهمية « تقارير المعلومات » التى أشرنا إليها فى أكثر من موضع سابق ، الا أن من الخطورة أن نعتمد عليها فقط كمقياس وحيد لاتجاهات الرأى العام ، حيث لاتمثل فى الواقع مقياسا حقيقيا للرأى العام، ويجب التأكيد على ضرورة اتباع الأسس العلمية فى قياس الرأى العام المتمثلة فى تحديد المشكلات والموضوعات المطلوب قياس الرأى العام بشأنها، واختيار العينات الممثلة تمثيلا صحيحا 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 ربطا علميا يساعد على المعرفة المتكاملة والاحاطة الموضوعية، ويؤدى إلى امكان التنبؤ باتجاهات الرأى العام مستقبلا.

٣ - عدم الاقتصار على جهة واحدة فقط فى عملية قياس الرأى العام، والسعى إلى احداث أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز بحوث، لأن ذلك سيؤدى بالضرورة إلى تعدد وجهات النظر، وتوسيع نطاق المعرفة وشمول النظرة ، وتوفير درجة الحياد والموضوعية المطلوبة ، والتعرف على كافة الأبعاد والزوايا والمداخل المختلفة للموضوعات التى يقاس الرأى العام بشأنها ، وكذلك معرفة المزيد من التحليلات والتفسيرات المتنوعة التى تثرى المعرفة المطلوبة بالرأى العام.

٤ – أهمية الربط بين نتائج قياس الرأى العام والمضمون الاعلامى الموجه إلى المواطنين عبر وسائل الاعلام أو أشكال الاتصال المواجهى المباشر ، حيث توجد باستمرار درجة عالية من الارتباط بين قياس الرأى العام من جهة ، وتنوير الرأى العام وتوجيه مساره وتصحيح الأسس المعرفية القائم عليها من جهة أخرى، كما أن الاكتفاء بقياس الرأى العام لن يؤدى وظيفته بالكامل الا إذا اقترن ذلك بتقديم بيانات ومواد اعلامية تساعد على إعطاء معلومات صحيحة ، واستكمال المعلومات المنقوصة ، وتصحيح المعلومات الخاطئة، وتحويل الرأى السلبى إلى ايجابى ، والتأثير فى الأفكار والمعتقدات السلبية الخاطئة ، وهكذا تتحول نتائج قياسات الرأى العام إلى أدوات إيجابية لتنوير الرأى العام وإيجاد الرأى العام الواعى المستنير.

٥ – ضرورة دعم وحدات قياس الرأى العام بالامكانيات المادية والتكنولوچية التى تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها ، مع القدرة العالية على اختزان المعلومات واسترجاعها وربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو متشابهة.

٦ – أهمية التدريب المنظم المكثف للقوى البشرية من المتخصصين فى مجال دراسات وقياسات الرأى العام الذين يجب انتقائهم على أساس التخصص، والخبرة ، وسعة الأفق ، ورجاحة العقل والمنطق والتفكير ، والأمانة ، والثقة ، والاستشعار بمسئولية العمل الوطنى الذى يقومون به ، مع اتاحة الفرصة أمامهم للاطلاع على أحدث النظم والتجارب والنماذج العالمية فى قياس الرأى العام ، والانفتاح المعرفى والمهنى على تجارب الدول المختلفة فى هذا المضمار.

مراجع الفصل الخامس وهوامشه

١ - انظر فى هذه الجزئية مجموعة الدراسات التالية :

- د. ناهد رمزى ، **استخدام استطلاعات الرأى العام فى الدول النامية** ، ورقة فنية غير منشورة، الحلقة الثانية للبحوث والدراسات الاعلامية : اسهامات العلوم الاجتماعية فى مجال بحوث الاعلام، القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، الهيئة العامة للاستعلامات مايو ١٩٨٠ .

- د. كمال المنوفى ، **الرأى العام فى الدول النامية : بيئته ومشاكل قياسه** ، ورقة فنية غير منشورة، ندوة قياس الرأى العام فى مصر ، القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مارس ١٩٨١.

- د. ناهد صالح ، **امكانية قياس الرأى العام فى الدول النامية** ، ورقة فنية غير منشورة ، ندوة قياس الرأى العام فى مصر، مارس ١٩٨١.

٢ - يحيى أبو بكر ، **حاضر قياس الرأى العام ومستقبله فى مصر** ، دراسة غير منشورة مقدمة إلى ندوة قياس الرأى العام فى مصر ، مارس ١٩٨١.

٣ - المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، جهاز قياس الرأى العام فى ثلاث سنوات، (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية ، ١٩٧٩).

٤ - انظر الجهود التى قام بها جهاز قياس الرأى العام فى :

- د. ناهد رمزى ، **الرأى العام وسيكولوجيا السياسة** ، مرجع سابق ، ص ١٤٨ - ١٥٥ .

٥ - اسند إلى المؤلف فى نهاية عام ١٩٧٩ القيام بدراسة متكاملة لانشاء مركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة كوحدة مستقلة ذات طابع خاص، وقام المؤلف باعداد هذه الدراسة التى تمت الموافقة عليها، وانشئ المركز فى اغسطس ١٩٨٢ واختير المؤلف أول مدير لهذا المركز لمدة ثلاث سنوات حتي اغسطس ١٩٨٥ . « انظر الدراسة المتكاملة لمشروع انشاء المركز بوثائق المركز، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ ».

٦ - د. سمير حسين ، **الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام** (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣) ص ٣٦٠.

٧ - د. سمير حسين ، **رؤية مستقبلية لاستطلاعات الرأى العام فى مصر عام ٢٠٠٠** ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر الشرطة العصرية (القاهرة - يناير ١٩٨٤).