

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مطبوعة تقييم الرأي العام

المطبوعة موجهة: لطلبة السنة أولى ماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تقديم الدكتور :

عبد المالك صاولي

العام الجامعي : 2023/2022

ملخص المطبوعة:

موضوع الرأي العام واحد من المواضيع الهامة التي تتناول اتجاهات الجمهور نحو مختلف القضايا ، ويحتاج هذا الموضوع مختلف الدارسين ، كما يوظفه أيضا القادة والساسة لمعرفة آراء الجمهور ، وأكثر من ذلك توظيف مختلف العوامل المؤثرة في اتجاهاتهم من أجل تدعيم قضية من القضايا ، أو الدعوة إلى الإعراض عنها ، كتوظيف الدعاية والإشاعة ، وتعبئة قادة الرأي والجماعات الضاغطة ، واستعمال عمليات غسيل الدماغ ، والحروب الناعمة ، والحرب النفسية ، وكذا وسائل الإعلام ، كل هذا لخدمة فكرة معينة ، أو التعبئة ضدها .

يوظف موضوع الرأي العام السياسيين لخدمة الانتخابات ، والتجار للترويج لسلعهم ، وقادة الحروب لإقناع جيوشهم ، ومختلف القادة لإنجاح سياستهم التسييرية ، بغرض اتخاذ القرار الصائب ، ويوظفه كل من يقود أي مجموعة حتى يسهل تسييرها ومطاوعتها .

نستخدم في عمليات تقييم الرأي العام أدوات دقيقة حتى نستطيع قلب الاتجاهات والآراء إلى أرقام ، كما تفره النظرية السوسيومترية ، بتوظيف مقاييس الصدق والثبات ، وأن نسبة الخطأ في هذه التطبيقات لا تتجاوز – ما عبر عنه اينشتاين – بالارتياح النسبي ، أي أن نسبة الخطأ تكون مهملة ، ولا يكون لها تأثير على النتائج العامة ، وأن تلك النتائج المتحصل عليها حول عينة محددة يمكن تعميمها على مجتمع البحث ، ومن أبرز هذه الأدوات التي نستعملها في قياس الرأي العام : الاستبيان ، وتحليل المضمون ، والملاحظة والمقابلة ، ومختلف استطلاعات الرأي ، والتي من أبسطها استعمال مقياس ليكرت

الكلمات المفتاحية : الرأي العام – قياس الرأي العام – أدوات قياس الرأي العام – اتجاهات الرأي العام.

Publication summary

The topic of public opinion is one of the important topics that deals with public attitudes towards various issues this topic requires a variety of scholars leaders and politicians also employ it to know the opinions of the public and more then that employing various factors influencing their tendencies in order to support an issue or calling for people to abstain from it such as employing propaganda and rumors mobilizing opinion leaders and pressure groups and using brainwashing operations , soft wars psychological warfare as well as the media the subject of public opinion employs politicians to serve elections and

merchants to promote their wars and war leaders to convince their armies and various leaders to make their management policy successful for the purpose of making the right decision everyone who leads any group employs it in order to facilitate its management and its compliance in assessing public opinion ,we use precise tools to reverse opinions to numbers , as recognize by sociometric theory by employing standers of honesty and stability and the error rate in these applications does not exceed what Einstein expressed with relative uncertainty that is the error rate is negligible and has no effect on the results general and that the result obtained about a specific sample can be generalized to a common the most prominent among the research of the tools that we used to measure public opinion is the most various interviews , observations , content , analysis questionnaire from which opinion polls the simplest to use a likert scale .

Keywords

Public opinion- measuring Public opinion- tools for measuring public opinion- trends in public opinion

بطاقة فنية عن المقياس

اسم المادة: تقييم الرأي العام

الأستاذ المحاضر: عبد المالك صاوي

البريد الإلكتروني: abdelmalik.saouli@univ-msila.dz

المقياس : سداسي

الطلبة المستهدفون : السنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة

الحجم الساعي : محاضرة + تطبيق

اسم المادة : تقييم الرأي العام

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم: التحكم في عملية إنجاز بحوث ميدانية.

المعارف المسبقة المطلوبة : أن يكون الطالب على دراية بالمبادئ الأولية للمنهجية وكيف ترتبط بالتراث النظري، مع التحكم في بعض تقنيات البحث ، المعرفة الجيدة بالإحصاء و تقنيات المقابلة و مهارات الاتصال محتوى المادة: في هذه المادة يتم التركيز على منهجية معمقة تمكن الطالب من إنتاج معارف علمية في مجال تخصصه. يهدف إلى تدعيم معارف الطلبة بوضع علاقة بين مختلف التخصصات تضمن المعرفة الجيدة بالمفهوم مع التزام منهجي و القدرة على توسيع الفهم إلى مجال العمل الميداني في المؤسسات الإنتاجية و الخدماتية الجانب النظري : يشغل 10 % من الحجم الساعي للمقياس يذكر الطالب بمهارات الملاحظة و التحليل والمساءلة في العلوم الاجتماعية خاصة في علم الاجتماع و الإعلام .

الجانب الميداني يتم التركيز على تطبيقات تحقيقات في مجال السبر الآراء و تعلم مهاراته و تقنياته الخاصة نماذج من مخططات الأعمال ، إنتاج استقصاءات ، تحديد العينات ، فرز تقنيات تقييم الآراء وضع المتطلبات اللوجستكية ، تنظيم التحقيقات في الميدان ، جمع النتائج و تحليلها و تفسيرها ، تحديد مختلف مستعمل هذا النتائج

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة الأعمال البحثية الفردية

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
2005
- مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة
للنشر ط2، الجزائر، 2006
- شفيق محمد، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية،
المكتب الجامعي الحديث، 1998
- محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب القاهرة 1993
- علي قسايسية، عوامل تطور دراسات الجمهور، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الخامس، دار هومة
للنشر، الجزائر، 2003
- على قسايسية، المفهوم الكمي للجمهور، في دراسات جامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003
- جيهان احمد رشتي: الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي، 1971.
- أرمان و ميشال ماتلار، ترجمة د. نصر الدين لعياضي و د. الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، المنظمة
العربية للترجمة، بيروت، 2005

تمهيد:

العلاقة بين الجمهور وأنظمة الحكم علاقة تكاملية أحيانا ، وتكون أحيانا أخرى متضادة تبعا للمصالح المشتركة بينهم ، وحسب التزام الطرفين بالعقد الاجتماعي المبرم بينهما ، ففي بعض الأحيان تجد الشعوب تفرض ضغطا كبيرا على حكامها ، وتطالبها بما ليس في الإمكان ، ولكن في أكثر الحالات تجد الحكام ما إن يتمكنوا من الحكم حتى يمارسوا على الشعوب أحكاما قهرية ، فتجد الشعوب تنتفض وتطالب بحقوقها ، بل وأحيانا أخرى تتجاوز سقف مطالبها ، ولكن نقطة الالتقاء بينهم تتعلق بالديمقراطية وحرية التعبير ، باعتبارهما الضامن الوحيد للوصول إلى اتفاق مشترك يجعل الدولة تسير في أمان .

ولما كان الرأي العام له هذه القدرة التأثيرية في الأنظمة التي تقدر شعوبها ، حيث تجد الأنظمة تغير أو تعدل في بعض القرارات أو القوانين أو السياسات ، كما يمكنه أن يتجاوز ذلك لإحداث قوانين أو قرارات جديدة ، لكن أثر الرأي العام في الشأن السياسي يعتمد على مدى اعتداد النظام السياسي بحرية الشعوب وكرامتها ، وحقهم في أن يكون لهم دور مؤثر وفعال في كل ما يمر بمجتمعهم ، وفي حالة إهمال النظام السياسي وتجاهله لمكانة الشعوب ودورها يتحول الرأي العام إلى موقف عدائي كامن تجاه النظام ويظل مكبوتا ينتظر اللحظة المناسبة التي يجد فيها متنفساً حتى يخرج إلى العلن ، فيتحول إلى أشكال من التطرف والصراع .

وعلى هذا وجب على أنظمة الحكم التي تحترم نفسها أن تحرص على التعرف على الرأي العام وقياسه إزاء أي قرار تريد اتخاذه حتى تعلم ردّ الفعل المتوقع حياله ، وذلك عن طريق استطلاعات الرأي وإرسال دارسين إلى الميدان ليطلقوا العنان لملاحظاتهم ومن ثم إجراء مقابلات ، أو إنزال استبيانات وإجراء تحقيقات ، وإطلاق الشائعات بغرض معرفة ردّ فعل الشعوب ، وهو ما يعبر عنه في الديمقراطيات الحديثة بالديمقراطية التشاركية .

المحور الأول : القسم النظري

المحاضرة الأولى :مدخل إلى تقييم الرأي العام

Entrance about evaluate public opinion

المفهوم اللغوي للرأي العام : *opinion public*

رأي : مصدر رأي ورئي وجمعه آراء ، ويرد بمعنى الاعتقاد ، والنظر والتأمل ، وأخذ الرأي على شيء : أي أجرى التصويت عليه ، يقال رأيته رأي العين : حيث يقع عليه البصر ، وعند الأصوليين : استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة. - وجمعه آراء و الرأي العام : رأي أكثرية الناس ، إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات ، ورأي الأغلبية : هو الذي يمثل ما يزيد عن النصف ¹

صحافة الرأي : صحافة تختار من مادة الرأي العام ، ما يلائم خطها الافتتاحي ، ويؤيد فكرتها .
رأي عام : موقف أغلبية المجتمع حول مسألة ما ، كأن يجمع جله على إصلاح نظام ما ، ويتم تقييم الرأي العام من خلال سبر الآراء.

واستطلاع الرأي : طريقة فنية لجمع المعلومات التي تستخدم في رأي مجموعة من الناس في مكان معين.
معنى كلمة تقييم:

من الفعل قَيَّم يُقَيِّم ، تقييماً فهو مُقَيِّم ، والمفعول مُقَيِّم
قَيِّمَ العملَ قَدْرَ قيمته ، قَيِّمَ جهوده منه ، - قَيِّمَ : الموقفَ / الشخصَ / الأضرار
قَيِّمَ السلعةَ : حدّد ثمنها.

قَيِّمَ وضعاً : استعرض نتائجه وما حققه من تقدّم، وقرّر قيمة تلك النتائج. ²
مفهوم كلمة عام في اللغة : من الجذر اللغوي عمم ، ومنه شيء عميم أي تام ، وعمهم الأمر أي شملهم ، وعمهم بالعطية ، ورجل معمم أي يعم القوم بخيره ، والعام : الجماعات المتفرقون. ³
العام : اسم فاعل من عم بمعنى شمل ، من العموم بمعنى الشمول ، وابن فارس قال : (العام الذي يأتي على الجملة لا يغادر منها شيئاً) ⁴

التعريف الاصطلاحي للرأي العام:

1- التعاريف العربية :

أ/ تعريف مختار التهامي : الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية ، في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر ، يحتدم فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية ، أو قيمها الإنسانية بشكل مباشر ، إن مقارعة الرأي بالرأي هي أساس الوصول إلى الحقيقة ، أو ما يقرب منها ، وهي أساس تكوين رأي عام

¹ ابن منظور: لسان العرب ، دار صادر ، بيروت ط1 1990، مجلد14 ص291

² ابن منظور : المرجع السابق ، ت

³ ابن منظور : لسان العرب - مرجع سابق - ج4 مادة عمم ، ص 311)

⁴ السيوطي : المزهري في علو اللغة وأنواعها ، دار الجليل ، بيروت ، ج1 ، النوع 29 ص426.

قوي وسليم يصعب اختراقه أو تضليله⁵ وقد أوضح مختار التهامي العناصر التي يقوم عليها الرأي العام من خلال تعريفه وهي :

- 1- الرأي السائد بين أغلبية الشعب مع احترام الآراء المخالفة ، وتكون هذه الأغلبية واعية .
 - 2- فتح مجال المناقشة في فترة زمنية معينة .
 - 3- أن تمس القضية موضع الجدل والنقاش ، المصالح المادية للأغلبية أو قيمها⁵ .
- ب/ تعريف إسماعيل علي سعد : الرأي العام هو حصيلة أفكار أو معتقدات ، أو مواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي ، كأفراد وتنظيمات ، ونظم التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها⁶ .
- ج/ تعريف إبراهيم إمام : الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور الناس تربطهم مصلحة مشتركة ، إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات ، أو مسألة من المسائل العامة ، التي تشير إلى اهتمامهم أو يتعلق بمصالحهم المشتركة⁷ .

ويمكن الاعتماد على مجموعة من العناصر لصياغة تعريف للرأي العام وهي :

- 1- مدى ارتباط القضية بموضوع ذو صبغة فردية أو عامة .
- 2- درجة ظهور الرأي العام وعلانيته أو كمنونه .
- 3- درجة الموافقة المطلوبة ، ونسبة الموافقة التي تسمح بتكوين رأي عام .
- 4- الأثر الناتج عن الرأي العام.
- 5- مدى الارتباط بين الرأي العام والمعتقدات والقيم.

تعريف معجم المصطلحات الإعلامية : وجهة نظر أغلبية الجماعة ، الذي لا يفوقه رأي آخر ، وذلك في

وقت معين إزاء مسألة تعني الجماعة ، وتدور حولها المناقشة صراحة ، أو ضمنا في إطار هذه الجماعة .

(معجم مصطلحات الإعلام : أحمد زكي بدوي ، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع ، ط2 1994 ص)

د/ تعريف عبد القادر حاتم : (الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار) .

محمد عبد القادر حاتم : الإعلام والدعاية والحرب النفسية ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1972 ص 124)

تعريف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية :

وهو وجهات النظر والشعور السائدين بين جمهور معين ، ووقت معين ، إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات .

وقد حدد الدكتور سمير محمد حسين مجموعة من القواعد الأساسية المرتبطة بالرأي العام والمؤثرة فيه وهي :

- 1/ الرأي العام : هو مجموعة آراء الناس ، ووجهة نظرهم في الحياة .
- 2/ الرأي العام : فيه وجهات نظر وتيارات مختلفة ، وأفكار متعددة ولكل تيار حجته .

⁵ مختار التهامي ، عاطف عدلي العبد : الرأي العام ، مركز القاهرة ، التعليم المفتوح ، د.ط 2000 ص 23

⁶ إسماعيل علي السعد : الاتصال والرأي العام ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر 1981)

⁷ إبراهيم إمام : أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1985 ص 263-264

3/ الرأي العام : له أثر في الحياة السياسية وهذا يؤدي لتطور الحياة الاجتماعية .

4/ يتمتع الرأي العام : بحساسية عالية تجاه الأحداث العامة .

5/ الرأي العام : يتأثر بالعوامل الاقتصادية والثقافية والتربوية ، وحياة المجموعة أو موقف الفرد منها .

6/ الرأي العام : دائم الحركة والتبدل والتطور .

7/ الرأي العام :نتاج اجتماعي لعملية اتصال ، أو تأثير وتبادل بين الجماعات والأفراد.

(سمير محمد حسين : الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام ، عالم الكتب القاهرة ، ط2 1993 ص 325

(

2- التعاريف الأجنبية :

تعريف كلوريدج كنج "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار هام بعد مناقشات علنية وافية "

(أحمد أبو زيد : سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1968 ص 39)

أ- تعريف ماكينون : MacKinnon W.A. رأي في موضوع ما يضمه الأشخاص المتميزون بالذكاء

وحسن الخلق ، وهو يتسم بالانتشار التدريجي ويأخذ به كل الناس تقريبا حتى لو تباينوا في مستواهم التعليمي .

ب- تعريف ليونارد دوب : LEONARD DOB :الرأي العام يمثل "ميول الناس نحو قضية ما إذا كان

هؤلاء الناس يمثلون فئة اجتماعية واحدة "

(محمد عبد القادر حاتم : الإعلام في القرآن الكريم ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة 2002 ص 48) .

LEONARD.W. DOOB, PUBLIC OPINION AND PROPAGANDA HAMDEN
ARCHON BOOKS,1966, P35

ج- تعريف ويليام البيج : William' Big تعبير عن موضوع معين يكون موضوع مناقشة من جماعة ما ،

ويصفه كنتائج للتفاعل بين جماعات من الأفراد ، يتناولون بالمناقشة قضية أو موضوعا ما ، جدليا تتعارض الآراء

فيه ، أو تتساوى أو اشترط أن تتم عملية الرأي العام في اتجاه اتخاذ القرار ، وتصل إلى من بيدهم القدرة على

اتخاذ القرارات

WILLIAM ALBIG MODREN, PUBLIC OPINION MCGRAW, HILL 1956,P31

ح- تعريف مينار : D.W. MINAR يرى أن الرأي العام هو مجموعة من الاتجاهات والمشاعر التي يكونها

قطاع كبير من الناس في مسألة مهمة ، وفي فترة معينة تحت تأثير الدعاية ، ويلاحظ أن اشتراط الاتصال الدعائي

مؤثر أساسي في تكوين الرأي العام . احمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 1998 ص 42.

خ- تعريف توماس كلار : Thomas Keller : الرأي العام هو مجموعة من الأحكام التي تصدرها

الجماهير على عمل من الأعمال ، وهذا الرأي هو رأي الأغلبية من هذه الجماهير .

وجهات نظر حول الرأي العام :

1- نظرة غوستاف لبون : يقر بأن عقل الجماعة يعبر تعبيراً قوياً وواضحاً عن الدوافع اللاشعورية المشتركة للجماعة ، بغرض إخفاء عقل الفرد ، ومن ثم يتشكل الرأي العام نحو قضية ما من القضايا ، فيقضي على وضع قائم ويقيم وضعاً بديلاً .

2- اما ماك دوكل : تعبير بأن تأثير الجماعة على سلوك فرد ما من أفراد الجماعة يختلف من شخص لآخر ، وبقدر ما تكون للجماعة القدرة على المواجهة والدفاع عن الرأي العام ، يجعل ذلك الفرد يفصح عن مكوناته بما يتوافق ورأي الجماعة .

3- نظرة فرويد : له تفسير خاص للقضية منطلقاً من دراسة الشخصية الإنسانية في إطارها البنائي وقسمها إلى ثلاثة أقسام :

1/ حاجات الإنسان

2/ هو : المنظومة الفطرية الأصلية الموروثة التي يأتي بها الإنسان منذ ولادته .

3/ الأنا الأعلى : التي تمثل القيم التقليدية للمجتمع في الشخصية المثالية ، وعليه فرويد : لا يفرق بين سلوك الفرد كفرد وسلوكه كجماعة .

4- نظرة مارتن : يتفق مع غوستاف لبون بأن الجمهور هو حالة عقلية خاصة تؤدي إلى ظهور الرغبات اللاشعورية لدى الفرد ، حيث يختفي شعور الفرد داخل الجماعة ، وهذا في إطار الرأي العام ، وإن انحراف الفرد ناتج عن الشعور بالأنا ، واختفاء الأنا الأعلى .

5- نظرة البورت : يعتبر بأن الجمهرة والرأي العام سلوك عدائي ، كرد فعل على عدم تحقيق رغباتها ، فينتقل هذا الحماس من فرد لآخر حتى يصبح رأياً عاماً ، وعند العجز عن تحقيق الرغبة تصبح له قابلية لتقبل أي فكرة موافقة .

نضال فلاح الصلاعين-ومن معه-:الإعلام والرأي العام،دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، عمان الأردن 2015 ص85

عناصر الرأي العام :

للرأي العام عدة أطراف مكونة له بحسب التناغم الموجود بين الأفراد والسلوك الصادر عنهم .

أولاً : مجموع الأفراد المتفقون على رأي واحد الناتج عن التفاعل بينهم .

ثانياً : الرأي المشترك المتوصل إليه والذي يحرصون على الدفاع عنه .

ثالثاً : الاتجاه : وهي مجموعة الأفكار التي تدفع الأفراد إلى الاستجابة المشتركة .

رابعاً : السلوك : وهو التنفيذ الواقعي لتلك الأفكار والاتجاهات .

أهمية الرأي العام :

الرأي العام هو الحكم بين السلطات : ونقصد بالسلطات : أي السلطات الثلاثة التنفيذية والتشريعية والقضائية ، ففي حالة وقوع خلاف بينها في مسألة غير منصوص عليها قانوناً فإنه يلجأ إلى الرأي العام لحسم الموقف ، سواء باستفتاء شعبي ، أو اللجوء إلى عقد ندوات ومؤتمرات لغرض إقناع الرأي العام برأي ما من بين الآراء المختلفة.

(سعيد السراج: الرأي العام ومقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة 1986 ص 145)

الفرق بين الرأي والاتجاه والسلوك: تترتب هذه المصطلحات عملياً كما يلي :

الأول : الاتجاه : عملية عقلية إدراكية داخلية ، تعبر عن استعداد ذاتي للفعل أو لرد الفعل بطريقة معينة .

الثاني : الرأي : تعبير عن ذلك الاتجاه أو الميل الداخلي بألفاظ معينة .

الثالث : السلوك : تعبير عن ذلك الاتجاه وتلك العبارات المتلفظ بها بالسلوك الواقعي .

صناعة الرأي العام:

والرأي العام كما يمكن أن ينشأ عفويًا أول الأمر نتيجة لواقع ما أو مشكلة ضاغطة ، فيمكن أن يكون صناعة وفي هذه الحالة يسمى رأياً عاماً حقيقياً ومرتبطاً ومعبّراً عن توجهات صانعيه ، والرأي العام يمكن أن يُصنَع عبر آليات كثيرة نذكر منها :

أولاً : وسائل الإعلام المتنوعة (المقروءة والمسموعة والمرئية) : و تستحوذ على النصيب الأوفر من التأثير ، ويدخل في ذلك شبكة المعلومات (الإنترنت) ، بما تحتويه من شبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات الحوارية ، وغيرها من الأشكال .

ثانياً : الأحزاب السياسية وجماعات الضغط التي توظف مختلف الندوات والاجتماعات الشعبية التي تلقى فيها الخطب والمحاضرات .

ثالثاً: ويتم أيضاً توظيف مختلف الوسائل لهذه المهمة مثل الحملات الإعلامية ، والإشاعات المغرضة ، والدعاية بشتى أنواعها ، وعمليات غسل الدماغ ، والحرب النفسية لنجاح هذه المهمة .

علاقة حرية التعبير بموضوع قياس وتقييم الرأي العام :

موضوع قياس الرأي العام أو تقييمه له علاقة وطيدة بحرية التعبير ، حيث لا يمكن الاعتماد على أداة قياس الرأي العام في ظل عدم وجود حرية التعبير الحقيقية ، أو ما يعبر عنه في اليوم بالديمقراطية ، التي تعني حكم الشعب ، أي أن الشعب من يحكم نفسه ، بمعنى أن السلطة لا تتخذ قراراً معيناً أو تصدر قانوناً إلا باستشارة الشعب أو ممثليه في مختلف الهيئات مثل البرلمان ، ومختلف المنظمات والنقابات ، على اعتبار أن الأمر يعينهم هم بالدرجة الأولى ، والسلطة ما هي إلا مشرف عام وضامن لتنفيذ تلك القوانين .

الرأي العام الإلكتروني : وبعد أن دخلت البشرية عالم الانترنت ، تطور الفعل الديمقراطي بشكل أوسع ، إلى ما يسمى بالديمقراطية التشاركية ، بالنظر إلى سهولة الاتصال بين الأفراد والجماعات ، بل إن بعض العلماء المعاصرين يعتبرون بأن الانترنت أصبحت حقا من حقوق الإنسان في الوقت الحالي ، طالما أنها متاحة للجميع بشكل متساوي ، ففي اطار المناقشات الفردية أو في صورة مجموعات يتم التوصل إلى وجهة نظر مشتركة بين أفراد المجتمع ، ومن ثم يقوم الدارسين بتحليل هذه المضامين (تحليل محتوى) ، والخروج بنتائج يمكن ان تبلور في صورة قرارات وقوانين ، وهكذا نعتبر بأن الشعب يسير نفسه بنفسه ، وما السلطة إلا موجه فقط.

العوامل المؤثرة في توجيه الرأي العام Factors influencing public opinion

أولا : الدعاية:

ثانيا :الإشاعة :

ثالثا : عمليات غسيل الدماغ :

رابعا : قادة الرأي :

خامسا : الجماعات الضاغطة :

سادسا : الحرب النفسية :

المحاضرة الثانية:نشأة وتاريخ الرأي العام

The origin and history of public opinion

ظهر مصطلح الرأي العام عمليا أيام الثورة الفرنسية ، حيث كثر الحديث عن الحرية السياسية والفكرية ،
تتويجا لثورات قامت من أجله قبل ذلك ، أيام الملك الانجليزي (جون هنري الثاني 1215م) ، الذي اجتمع بعد
صراع سيمون دي مونتفورت 1208 - 1265 ، ضد الملك هنري الثالث (1265م) ، وثورة أوليفر

كروموويل ، Oliver Cromwell ضد الملك (ملك تشارلز الأول Charles) سنة 1640 ، وخلع الملك جيمس الثاني 1688 ، وكان للطباعة الدور الأمثل في تطور الرأي العام بتطور حرية التعبير وانتشار الديمقراطية ، ومن أوروبا انتقلت ثورة الحرية إلى أمريكا ، وانتهى كل هذا بالثورة الفرنسية أوائل القرن الثامن عشر ، وكان هذا التاريخ الرسمي لبداية الرأي العام ، ولكن كممارسة ظهر بظهور الإنسان ، على اعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه ، فلا يخلو تجمع من ممارسته ، حينما يتناقش الناس ويتشاورون حول قضاياهم ذات الاهتمام المشترك ، ويستقرون على رأي معين بالأغلبية وينفذونه ، ولو أن بعضهم ربما يكون غير راض ولكنه يخضع لرأي الأغلبية.

1-الرأي العام عند الإغريق والرومان:

أ- لقد كان الرأي العام في أثينا وإسبرطة هو الحاكم المباشر ، والذي يسيطر على كافة نشاطات المدينة، وكان يتم ذلك عن طريق اجتماع من لهم حق المواطنة في هيئة أو برلمان ، وتكون لهم جميع السلطات والصلاحيات لاتخاذ القرارات التي تصب في مصلحة المجتمع ، وذلك بأخذ رأي الأغلبية.

ب- أما الدولة الرومانية فقد اتبعت ما كان سائدا في أثينا وإسبرطة ، واعتبرته مظهرا من مظاهر الديمقراطية مع اختلاف ، أنّ من كان له حق المواطنة في الدولة الرومانية ، هم فقط أبناء الأسر المعروفة بأصلها من نفس المدينة ، ويستثنى من ذلك العبيد ، ومن لا ينتمي إلى أرض روما ، فلم يكونوا يشاركون بالعملية الديمقراطية ، وقد عبر عن الرأي العام في النصوص الرومانية بصوت الشعب أو الجماهير.

2-الرأي العام في العصور الوسطى (المسيحية والإسلامية) :

أ- في الديانة المسيحية : لقد كان للأديان السماوية دور هام وكبير في تشكيل الرأي العام ، حيث كان الباباوات والأباطرة يستخدمون عبارات مثل الشعور العام والجمعي ، وهي مرادفة لمعنى الرأي العام في المسائل الهامة ، رغم ما كانت تمتاز به الكنيسة من القهر والاستبداد بالرأي ، وإعطاء حق اتخاذ القرار للبابا.

ب- في الإسلام : فقد كان للرأي العام أهمية كبرى في الدولة الإسلامية ، وذلك من خلال تطبيق مبدأ الشورى ، ووجود ما يسمى بأهل الحل والعقد ، الذين إذا اجتمعوا على أمر ما فإن هذا الرأي يصبح عاما قال تعالى " وأمرهم شورى بينهم " ، بل إن هناك مصدر من مصادر التشريع الإسلامي يسمى الإجماع : الذي هو اتفاق جميع المجتهدين في عصر من العصور بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم على حكم شرعي في واقعة ، هذا في إطار التشريع ، وقس على ذلك في مختلف مجالات الحياة ، فقد كنا في مجتمعاتنا القديمة إذا حدثت مشكلة وقبل أن تدخل العدالة تستدعى الجماعة الذين هم أعيان المنطقة وعلمائها ويناقشون القضية ، ويجاولون إيجاد حل مرض لها ويكون فيه نوع من التوافق دون مراعاة للقانون أو الشرع ولكن في إطار ذلك ، ويسمى الصلح ، أما ما فيه نص صريح ، فنعلم أنه لا اجتهاد مع النص.

3-الرأي العام في العصر الحديث:

ففي بداية العصر الحديث أبدى العديد من الفلاسفة والعلماء اهتماما بالرأي العام ، مع اختلاف المصطلحات المستخدمة منهم ، فكان اهتمام ميكافيلي اهتماما ضمينا ، بما يسمى بصوت الشعب وكان مونتيسكيو-Montesquieu : (شارل لوي دي سيكوندا) بالفرنسية **Charles Louis de Secondat** (1689 – 1755) : ، هو قاض ورجل أدب وفيلسوف سياسي فرنسي، هو صاحب نظرية فصل السلطات ، الذي تعتمد عليه حاليا العديد من الدساتير عبر العالم ، وفي الفصل بين السلطات عمق حرية الرأي والتعبير التي تصنع الرأي العام ، وهو من استخدم مصطلح العقل العام ، الذي قابله عند جون جاك روسو مصطلح الإرادة العامة .

ومنذ اختراع الطباعة حتى القرن 18: و هو بداية عصر النهضة ، حيث تضاعف الإنتاج المطبوع وانتشرت الأفكار والبقظة والوعي ، و ظهرت الصالونات في فرنسا ، و لعبت دورا أساسيا في تكوين رأي عام له أهمية ، حيث سيطرت الطبقة البورجوازية على إصدار الأحكام والقوانين ، ومارست تأثيرا على الرأي العام.

4- في القرن التاسع عشر :

شهدت هذه الفترة الثورة الصناعية وانتقل الفكر السياسي من فرنسا إلى إنجلترا، حيث سادت الفلسفة النفعية ، و تهدف تلك الفلسفة إلى أن هدف الفرد في حياته العامة هو الحصول على السعادة ، فهو ليس في حاجة إلى نخبة تفكر له وتدله على مصالحه ، وخلال تلك الفترة ظهرت مؤلفات عديدة ، وأشارت أن الرأي العام له قوة تؤثر على الحكومة والقوانين ، كما كان للانتخابات الأمريكية الدور الأمثل في توظيف وظهور الرأي العام إلى العلن.

في القرن العشرين :

شهد هذا القرن اهتماما واسعا بالرأي العام ، وفي أول القرن ظهرت دراسات عديدة خاصة بعد الحرب العالمية الأولى وذلك لدراسة تأثير الدعاية على الرأي العام ، وظهرت دراسات الحرب النفسية ، ودراسات مسح الرأي العام

وفي خمسينيات القرن الماضي ، ظهرت وسائل اتصالية جديدة مثل التلفزيون ، والذي مارس تأثيرا على تطوير الإعلام وتوجيه الرأي العام ، وفي السنوات الأخيرة كانت ثورة الاتصالات المعاصرة ، والتي قامت على التكنولوجيا الحديثة ، وكان لها الأثر البالغ في تشكيل الرأي العام.

نماذج من مراعاة الشريعة للرأي العام من التاريخ الإسلامي :

1- ما ورد أن الرسول صلى الله عليه وسلم راعى في مسألة هدم الكعبة وإقامتها على قواعد إبراهيم - عليه السلام - مشاعر قومه لحدائث عهدهم بالإسلام فقال لعائشة - رضي الله تعالى عنها - : «يا عائشة! لولا قومك حديثو عهدهم بكفر ، لنقضت الكعبة فجعلت لها بابين: باب يدخل الناس وباب يخرجون»، فالنبي صلى الله عليه وسلم هنا اعتمد القاعدة الشرعية (درء المفاسد أولى من جلب المصالح).

2- ومن ذلك عدم قتل الرسول صلى الله عليه وسلم للمنافقين مع أن جرمهم أكبر من جرم الكفار المعلنين بكفرهم ، فعندما أراد عمر - رضي الله تعالى عنه - قتل عبد الله بن أبي بن سلول رأس المنافقين وقال : يا رسول الله : دعني أضرب عنق هذا المنافق ، فقال النبي صلى الله عليه وسلم : «دعه ، لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه»

3- من الرأي العام في تغيير منكر والقضاء عليه من غير لجوء إلى عقوبة أو استخدام قوة ، ففي حديث أبي هريرة - رضي الله تعالى عنه - : (جاء رجل إلى النبي صلى الله عليه وسلم يشكو جاره ، فقال : «أذهب فاصبر» فأتاه مرتين أو ثلاثاً ، فقال : «أذهب فاطرح متاعك في الطريق» فطرح متاعه في الطريق ، فجعل الناس يسألونه فيخبرهم خبره ، فجعل الناس يلعنونه : فعل الله به ، وفعل ، وفعل ، فجاء إليه جاره فقال له : ارجع لا ترى مني شيئاً تكرهه)

4- وكان الرسول صلى الله عليه وسلم في الأمور التي تم قطعاً عريضاً يرجع فيتحسس موقف الرأي العام من التصرف الذي يريده ، ففي قصة سبي هوازن عندما وافق الصحابة على رأي رسول الله صلى الله عليه وسلم في ما رآه من ردّ السبي إليهم لم يقبل ذلك حتى يتبين أن الموافقة تمثل رأي المجموع وليس رأياً فردياً ، فقد أخرج البخاري في صحيحه : «فقام رسول الله صلى الله عليه وسلم في المسلمين ، فأثنى على الله بما هو أهله ، ثم قال : «أما بعد ، فإن إخوانكم هؤلاء قد جاؤونا تائبين ، وإني قد رأيت أن أردّ إليهم سبيهم ، فمن أحب منكم أن يطيب بذلك فليفعل ، ومن أحب منكم أن يكون على حظه حتى نعطيه إياه من أول ما يفيء الله علينا فليفعل» فقال الناس : قد طيبنا ذلك لرسول الله صلى الله عليه وسلم لهم ، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم : «إنا لا ندري من أذن منكم في ذلك ممن لم يأذن ، فارجعوا حتى يرفعوا إلينا عرفاؤكم أمركم فرجع الناس ، فكلّمهم عرفاؤهم ، ثم رجعوا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فأخبروه : أنهم قد طيبوا وأذنوا»

5- تمثلت مراعاة الرأي العام في غزوة بدر حينما قال لهم كما روى أنس «... أن رسول الله صلى الله عليه وسلم شاور حين بلغه إقبال أبي سفيان ، قال : فتكلم أبو بكر ، فأعرض عنه ، ثم تكلم عمر ، فأعرض عنه ، فقام سعد بن عباد ، فقال : إيانا تريد يا رسول الله ؟ والذي نفسي بيده ! لو أمرتنا أن نخوضها البحر لخضناها ، ولو أمرتنا أن نضرب أكبادها إلى برك الغماد لفعلنا»

6- ومن مراعاة خلفائه - رضي الله تعالى عنهم - للرأي العام وتأسيس التصرفات بناء عليه : ما تكلم به أبو بكر - رضي الله تعالى عنه - في سقيفة بني ساعدة عندما اجتمع المهاجرون والأنصار لاختيار خليفة رسول الله صلى الله عليه وسلم ، فعندما أراد بعض الأنصار أن تكون الخلافة فيهم قال أبو بكر : «إن العرب لا تعرف هذا الأمر إلا لهذا الحي من قريش ، الذين هم أوسط العرب نسباً وداراً»، فأبو بكر لما أراد أن يبين للأنصار خطأ قولهم لجأ إلى الرأي العام المستفاد من قوله : «إن العرب لا تعرف هذا الأمر... إلخ»؛ فالرأي المستقر عند العرب أنها لا تعرف هذا الأمر إلا لقريش ولا تقبل به إلا أن يكون الخليفة منهم، وأبو بكر - رضي الله تعالى

عنه - لم يكن حتى لحظة كلامه هذه قد بلغه حديث: «الأئمة من قريش» وإلا لو كان عنده لاحتج به بدلاً من أن يحتج بالرأي العام.

7- وفي عهد التابعين : نسجل موقفا لعمر بن عبد العزيز - رضي الله عنه - فقد راعى ما يمكن أن يُعدَّ من قبيل الرأي العام ، وهو ضعف الالتزام الديني عندما آل إليه أمر المسلمين ، روى الخلال بسنده أن عبد الملك ابن عمر بن عبد العزيز ، قال لأبيه : «يا أبت! ما يمنعك أن تمضي لما تريده من العدل ؟ فوالله ما كنت أبالي لو غلت بي وبك القدور في ذلك. قال : «يا بني! إني إنما أروض الناس رياضة الصعب ، إني أريد أن أحبي الأمر من العدل ، فأؤخر ذلك حتى أُخرج معه طمعاً من طمع الدنيا ، فينفروا من هذه ، ويسكنوا لهذه»
أثر الرأي العام:

والرأي العام له قدرة تأثيرية كبيرة في الأنظمة التي تقدّر شعوبها وتعتدُّ بها؛ فقد يغير أو يعدل بعض القرارات أو القوانين أو السياسات، كما يمكنه أن يتجاوز ذلك لإحداث قوانين أو قرارات جديدة بل وسياسات، لكن أثر الرأي العام في الشأن السياسي - سواء السياسة الداخلية أو الخارجية - يعتمد على مدى اعتداد النظام السياسي بحرية الشعوب وكرامتها وحقهم في أن يكون لهم دور مؤثر وفعال في كل ما يمر بمجتمعهم، وفي حالة إهمال النظام السياسي وتجاهله لمكانة الشعوب ودورها يتحول الرأي العام إلى موقف عدائي كامن تجاه النظام ويظل مكبوتاً ينتظر اللحظة المناسبة التي يجد فيها متنفساً حتى يخرج إلى العلن ، وما حدث في الربيع العربي خير دليل على ذلك ، طبعاً تحت الرعاية السامية للنظام الدولي .

وعلى أنظمة الحكم الحكيمة أن تحرص على التعرف على الرأي العام وقياسه إزاء أي قانون أو قرار تريد اتخاذه حتى تعلم ردّ الفعل المتوقع حياله ، وذلك عن طريق الاستطلاعات أو الاستبيانات والتحقيقات ، وربما أحياناً من تسريب بعض المعلومات ونشر الشائعات بغرض معرفة ردّ فعل الشعوب ، وهو ما يعبر عنه في الديمقراطيات الحديثة بالديمقراطية التشاركية .

قياس الرأي العام وتطوره :

بدأت عملية قياس الرأي العام بازدياد أهميتها في التاريخ المعاصر ، خاصة مع تطور الديمقراطيات الحديثة ، بل وأصبحت تمارس في مختلف الميادين ، كعمليات سبر الآراء ، واستطلاعات الرأي حول استهلاك مادة من المواد ، أو حتى في العمليات الإدارية والتعليمية ، والانتخابات ، وبدخول الانترنت على الخط ظهر ما يسمى بالديمقراطية التشاركية .

تعود بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام إلى عام 1824م حيث حاولت الصحف استطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات ، ولكن هذه الطرق كانت تنقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأي العام ، وتطور الاهتمام به أكثر منذ عشرينيات القرن الماضي .

في سنة 1958 تأسست أول منظمة مهتمة بهذا الجانب خصيصا ، مع احتدام النشاط السياسي الأمريكي ، يتعلق الأمر ب منظمة غالوب لتكون مركزا متكاملا لعمليات الاقتراع والاستشارات في مجال استطلاعات الرأي ، وفتحت فروعها في مختلف أنحاء العالم.

المحاضرة الثالثة : خصائص وأنواع ووظائف الرأي العام

Characteristics and types and tasks of public opinion

خصائص الرأي العام :

يمكن تلخيص أبرز خصائص الرأي العام فيما لحصه الدكتور رفيق سكري بقوله :

"من أبرز خصائص الرأي العام أنه واع ، ويدعي العقلانية ، ويحمل بذاته رغبة بالصوابية ، وهو نقيض الكلية ، ويفترض التعددية ، ويأخذ بعض صفات القانون الأخلاقي في مجتمع ما ، ويتجاوز التأكيد النظري وأنه سريع التبدل" . رفيق سكري : دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية ، مكتبة مؤمن قريس ، 1991 ص 28)

تناول الباحثون خصائص الرأي العام من زوايا متعددة ومختلفة ، ونسلط الضوء على أهم هذه الخصائص :

1- عدم الثبات: الرأي العام ظاهرة غير ثابتة ، فهو متقلب ومتغير بحسب الظروف والأحوال ، بالنظر إلى الظروف والعوامل المحيطة بالإنسان -ظروف اقتصادية ، سياسية ، أمنية ، ... ، والناس يميلون إلى ذلك حسب إيمانهم وقوة الشخصية ، فمن الناس من لا يعير اهتماما لما يقال ، ومنهم من يحاول إرضاء الآخرين ، ولذلك تعتبر الدراسات في ميدان العلوم الإنسانية من أعقد الدراسات ، لأن الناس يغيرون آراءهم بين الصباح والمساء ، ومن ظرف لآخر ، فينتقلوا بين الحب والكره ، والفتور والحماسة ، والتبني والتنكر ، والولاء والعداء ، وهذا كله بفعل المؤثرات الحياتية والموروثات الفكرية والدينية والأحداث المختلفة .

2- التبرير والإبدال : وهو محاولة تفسير وتوضيح وتحليل المواقف وتبني القضايا ، وإعطاء مبرر لذلك مستنديين إلى تغير الظروف والأحوال ، ووجوب التكيف مع ذلك ، تماما مثلما يفعل البعض عند الانتقال من تشكيلة سياسية معينة إلى أخرى ، أو من مساندة مرشح إلى مساندة مرشح آخر وهو ما يسمى بالإبدال .

3- الإسقاط : وبمجرد تغيير الرأي فإن الشخص يستحضر مجموعة من العيوب ، فيحاول إسقاطها على ذلك التنظيم حتى يجعل من موقفه الصواب ، وهذا يؤدي إلى الاستعداد وخلق الصراعات بين الجانبين ، وهذه طبيعة الأحزاب المتنافسة .

4- التقمص ثم التطابق : ومن جهة أخرى يسعى الشخص الذي غير رأيه ، أي تبني أفكار التنظيم الذي انتقل إليه ، ويحاول أن يجعل نفسه مؤيدا ، سواء امتلك قناعة داخلية في ذلك أو يتقمص ، ويمثل لأغراض يراها تناسب اتجاهه ، كوجود شخص من أقاربه في ذلك التنظيم ، أو شخصا قد وعده بشيء ما ... وهكذا ، كما يمكن لإنسان أن يتبنى رأي مجتمعه ولو كان رأيه مخالفا له وهذا شيء محمود -أحيانا- سيما في القرارات الحاسمة .

5- التبسيط : إن سيكولوجية الفرد تجعله يميل إلى قبول وتبني الآراء والمواقف التي تقدم له بطريقة بسيطة ومن مصادر موثوقة ، فالفرد يميل إلى تبني أفكار في مستوى تفكيره ، فقد ورد في الحديث أن (خاطبوا الناس على قدر عقولهم) .

6- رأي جماعي وليس شرطا أن يكون إجماعي : أي يتبلور في وسط جماعة ، وليس شرطا أن يحقق الإجماع ، وإنما تكفي أغليبيته أي ما زاد عن النصف .

7- الحرية : فالرأي العام يتشكل في ظل الحرية ، أي حرية المناقشة وإبداء الرأي ، حتى يحقق الاقتناع وبالتالي الاستمرار ، ولا يتأثر بالعوامل المحيطة به ، كأجهزة الإعلام والدعاية ومختلف الإشاعات .

8- يتأثر في تكوينه بالعديد من الأشياء :- يتأثر بالعادات والتقاليد ، كما بالعقائد والسياسات العامة ، والنظم الثقافية والتربوية ، كما يتأثر أيضا بالمستوى التعليمي والثقافي في البلاد ، وكذا بالمستوى المعيشي للمجتمع ، ومن ناحية أخرى يتأثر بقيادة الرأي وبالجماعات الضاغطة ، وبالواقع الدولي والإشاعات والدعاية المغرضة... وغير ذلك من الأساليب .

تكوين وتشكيل الرأي العام :

على غرار الخصائص التي ذكرناها يتشكل الرأي العام ، ويتبلور بشكل جيد حتى يضمن الاستمرار ، ويتصدى لمختلف عوامل زواله.

شروط التكوين: يشترط أن يكون هناك فريق كبير من الخبراء لتكوين الرأي العام بشروط عديدة أهمها:

1- حدوث مناقشات كافية حول الموضوع المثار ، من خلال الندوات العامة ، والمناقشات التي تتم في المجال العام.

2- تجميع كل الحقائق حول الموضوع ، من خلال قادة الرأي والإعلام والبيئة المحيطة.

3- أن يكون الاتجاه للرأي العام في هذا الموضوع متفقاً على التاريخ والقيم والمعتقدات العامة للناس.

خطوات ومراحل التكوين:

أولاً : مرحلة الاحساس بالفكرة :

إن الفرد المتابع للأحداث بوعي لا بد أن يكون له رأي في الموضوع ، طالما أن الموضوع قابل للمناقشة ، وليس قانوناً لهياً أو وضعياً ، وهذا الرأي لا يعدو أن يكون في إطار مقياس ليكرت الحماسي أو الثلاثي ، بين مؤيد ومعارض ومحيد .

ثانياً : مرحلة الرأي الفردي : يتبلور هذا الإحساس في شكل رأي علي خاص بذلك الفرد .

ثالثاً : مرحلة صراع الفرد مع الجماعة : مرحلة الصدام مع آراء أخرى من الجماعة المحيطة به بمجرد طرحه ، حيث يجد صعوبة في إقناع أي كان به ، وربما وجد من يؤيد فكرته ، فيستعين الجميع بالوسائل المحيطة به من وسائل الإعلام وقادة الرأي ، وأهل العلم والثقافة .

رابعاً : مرحلة تبني الفرد لرأي الجماعة : وهي المرحلة الأخيرة ، حيث يسعى الفرد للانتصار لرأيه ، ولكن في حضور أهل الخبرة ، لا يجد إلا أن يتنازل عن رأيه كلياً أو جزئياً ، وإن وافق رأيه رأي الجماعة كانت تلك نقطة تحسب له ، حيث تتغير النظرة تجاهه ، وأنه صاحب رأي ، وإن تكرر ذلك لمرات ، فإنه يصبح شخصية محورية ، ويستشار من أفراد المجتمع ، وهكذا حتى يصبح من قادة الرأي.

نماذج الاتصال الجماهيري :

إن النموذج عبارة عن الآلة الفكرية تزود الباحث بإطار الافتراضات ، وتشخيص المتغيرات الأساسية.

أو قُل هو ذلك البناء الشكلي للعلاقة بين العناصر والمتغيرات في الظاهرة المبحوثة ، لمساعدة الباحث على تفسير هذه الظاهرة.

ونماذج الاتصال تعرف بأنها النماذج التي تشرح عملية الاتصال وتفسرها ، وتبين كيفية حدوثها ، وهي باختصار

1- نموذج الخبرة المشتركة : ينظر نموذج الخبرة المشتركة إلى الجمهور على أساس أنهم عبارة عن تجمعات ،

ووسائل الاتصال نادراً ما تؤثر على الجمهور بشكل مباشر ، ويكون تأثير وسائل الاتصال أكبر إذا ما غدّت

المجموعات الصغيرة بالأفكار والمعلومات ، عبر (قادة الرأي) ، وهم يقومون ببث تلك الرسائل إلى الأفراد الآخرين

وتؤكد هذه النظرية على وجوب وجود خبرة مشتركة ، بمعنى وحدة المواقف والأفكار والرموز بين المرسل والمستقبل ، وأن فاعلية الاتصال تتحدد بذلك ، بما يحقق الشروط التالية:

أ - أن تكون الرسالة جديرة بالانتباه.

ب - أن تحمل علاماتها خبرة مشتركة ، وتجارب مشتركة مع المتلقي.

ج - يجب أن تكون ذات صلة باحتياجات المتلقي.

د - يجب أن تحتوي الرسالة على وسيلة لتحقيق هذه الاحتياجات.

2- نموذج الفعل الاقناعي : الذي أقره لاسويل وبحسب هذا النموذج فعملية الاتصال تتم بالأسئلة التالية:

أ - من يقول ؟ ب - ماذا يقول ؟ ج - لمن يقول ؟ د - بأية وسيلة ؟ ه - بأي تأثير ؟
ومن عيوب هذا النموذج : هو أنه يسير في خط مستقيم ، أي أنه يفترض بأن عملية الاتصال هي عملية ديناميكية آلية ، عبارة عن فعل واستجابة فقط ، أي أنه لا ينظر للاتصال باعتباره عملية ذات تغذية مرتدة بين المرسل والمستقبل.

3- نموذج حارس البوابة:

يفترض هذا النموذج أن تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام يمر بعدة بوابات ، وكل بوابة تسيطر عليها جهة ما يشبه دورهم دور حارس البوابة ، إذ أنهم يمررون من المعلومات ما يتوافق مع مصالحهم ، ويساهم في تأييدهم وتأييد الأيدلوجية التي ينطلقون منها، ويمنعون مالا يتماشى مع مصالحهم وذوقهم.

4- نموذج الوسيلة هي الرسالة:

ينظر هذا النموذج إلى أن الوسيلة التي يستخدمها الناس في الاتصال هي أهم من المضمون الإعلامي نفسه ، إذ أن الوسيلة هي التي تشكل مدركات الإنسان ، وتؤثر في اتجاهاته ، لأن الوسيلة هي التي تحدد كيفية تلقي الفرد للمضمون الإعلامي.

أنواع الرأي العام :

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

أولا: تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

1- الرأي العام الكامن : يحدث أن يتكون رأي عام كامن وغير ظاهر ، لأسباب سياسية أو اجتماعية ...

2- الرأي العام الظاهر: فتشترك فيه أجهزة الإعلام ، أو المنظمات المختلفة ...

ثانيا: تقسيم الرأي العام حسب ثباته:

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

2- الرأي العام المؤقت: فهو الذي يرتبط بمشكلة طارئة ، أو حادث عرضي أو برامج ذات أهداف زمنية محددة ينتهي بانتهائها.

ثالثا: تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية:

1- رأي عام سلبي: هناك جمهور سلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسحاق وراءها ، ويسمى هذا النوع بالرأي العام السلبي.

2- الرأي العام الايجابي: يمثله المثقفون وقادة الرأي ، والذين يملكون خلفية فكرية ويستطيعون فهم حقائق الأمور ومناقشتها.

رابعا: تقسيم الرأي العام حسب الانتشار الجغرافي:

1- الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية ، في منطقة جغرافية معينة .

2- الرأي العام الوطني: يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة ، لمعالجة المشاكل الوطنية على أساس أنها تعنيه .

3- الرأي العام الإقليمي: الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب والدول المتجاورة جغرافيا حول قضية ما ، في فترة زمنية معينة يحدث النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمه الإنسانية الأساسية مباشرة ، مثل دول الخليج العربي أو أقطار المغرب العربي أو دول جنوب شرق آسيا وغير ذلك .

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

خامسا: تقسيم الرأي العام حسب حجم الجمهور:

رأي الأغلبية: وهو رأي أغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير ، ويمثل هذا الرأي ما يزيد عن نصف الجماعة .

رأي الأقلية: وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة .

الرأي الائتلافي: وهو ائتلاف بعض الآراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ضغط ظرف معين .

سادسا: تقسيم الرأي العام حسب عنصر الزمن:

الرأي العام اليومي: وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية .

الرأي العام المؤقت: وهو الرأي العام الذي يدور حول حدث طارئ لمدة محدودة ووظيفية وينتهي بانتهائه .

الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت الذي يدوم فترة طويلة ويتصف بالاستقرار ويتأثر بالعوامل الاجتماعية ويكون أكثر رسوخا من الأنواع الأخرى .

سابعا: تقسيم الرأي العام حسب درجة صراحته:

الرأي العام الصريح (المعلن): وهو الذي يعبر بصراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم وشعورهم .

الرأي العام الباطني (المستتر): وهو الذي لا يظهر إلا في حالات ، وعادة لا يتم الإفصاح عنه .

ثامنا: تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق و الاجتماع:

رأي عام عن طريق التراضي: وفي الرأي العام عن طريق التراضي يتنازل كل فريق عن جزء من رأيه نحو موضوع معين ، مع علمه التام بصواب رأيه وذلك في سبيل الوصول إلى رأي واحد ، وحل مشكلة هذا الموضوع .

رأي عام عن طريق التصويت : و الرأي العام عن طريق التصويت هو رأي الأغلبية الذي يسود ، وهذه الدرجة من الرأي العام ينتج عنها كبت آراء خفية معارضة ، قد تؤدي إلى عدم استقرار المجتمع .

رأي عام عن طريق الضغط : وقد يأتي الرأي العام عن طريق الضغط كأن يضغط قائد الجماعة على أفراد جماعته ، ويحملهم على قبول رأي معين ، وهذه الدرجة أقل درجات الرأي العام دواما .

تاسعا: تقسيم الرأي العام حسب وجوده:

1- الرأي العام الموجود بالفعل : وهو الرأي العام الذي يحدث نتيجة بعض الأحداث ، وتظهر آثاره في التعليقات والمناقشات ويكون هذا الرأي الموجود واحد من ثلاثة أنواع:

- الرأي العام الدائم الذي يتسم بالاستمرارية .

- الرأي العام المؤقت ، الذي يظهر عندما تظهر مشكلة وقتية .

- الرأي العام المحدد بعوامل زمنية ومكانية ، وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة ، وينتهي أجل هذا النوع من الرأي العام إذا ما تغير أحد هذه العوامل .

2- الرأي العام المتوقع ظهوره : وهو الذي لم يكن موجودا أصلا ولكن يتوقع ظهوره ، أو وجوده عقب موضوع معين أو حادثة معينة ، وتؤدي مراكز بحوث الرأي العام دورا هاما في التنبؤ بالرأي العام المتوقع ظهوره .

عاشرا: الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره:

1- الرأي العام القائد أو المسيطر: ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع ، وهؤلاء نسبته في المجتمع قليلة ، ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه الوجهة المطلوبة .

2- الرأي العام المثقف: ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع ، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم والثقافة .

3- الرأي العام المنساق : وهو رأي السواد الأعظم من الناس ، وخصوصا الأميين أو قليلي التعليم والثقافة .

الحادي عشر: تقسيم الرأي العام حسب حركته:

الرأي العام (المستقر) أو (غير المتحرك): ويستمد قوته من التقاليد والأعراف والقيم الاجتماعية المتعارف عليها ، وهو أشبه بالإجماع .

الرأي العام (الديناميكي) أو (النشط) : وهو الذي ينشأ عن رغبة الناس في التغيير ويعتمد على توفر الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من العادات و التقاليد . .

وظائف الرأي العام Public opinion tasks

أثر الرأي العام: يهدف الرأي العام إلى تحقيق مقاصد وأهداف في مختلف المجالات ، والرأي العام له قدرة تأثيرية كبيرة في الأنظمة التي تقدر شعوبها ، فقد يغير أو يعدل بعض القرارات أو القوانين أو السياسات، كما يمكنه أن يتجاوز ذلك لإحداث قوانين أو قرارات جديدة بل وسياسات ، لكن أثر الرأي العام في الشأن

السياسي - سواء السياسة الداخلية أو الخارجية - يعتمد على مدى اعتبار النظام السياسي بحرية الشعوب وكرامتها وحقهم في أن يكون لهم دور مؤثر وفعال في كل ما يمر بمجتمعهم ، وفي حالة إهمال النظام السياسي وتجاهله لمكانة الشعوب ودورها يتحول الرأي العام إلى موقف عدائي كامن تجاه النظام ، ويظل مكبوتاً ينتظر اللحظة المناسبة التي يجد فيها متنفساً حتى يخرج إلى العلن ، وما حدث في الربيع العربي خير دليل على ذلك ، -طبعا تحت الرعاية السامية للنظام الدولي- .

وعلى أنظمة الحكم الحكيمة أن تحرص على التعرف على اتجاهات الرأي العام وقياسه إزاء أي قانون أو قرار تريد اتخاذه ، حتى تعلم ردّ الفعل المتوقع حياله ، وذلك عن طريق الاستطلاعات أو الاستبيانات والتحقيقات ، وربما أحياناً من تسريب بعض المعلومات ونشر الشائعات بغرض معرفة ردّ فعل الشعوب ، وبالتالي ضرورة إشراكه في أي عملية سياسية أو اجتماعية ... ، وهو ما يعبر عنه في الديمقراطيات الحديثة بالديمقراطية التشاركية .

أولاً : في المجال السياسي :

1- المساهمة في صناعة القرار السياسي:

يهدف الرأي العام في أي دولة إلى التأثير على القرار السياسي ، حيث أن الدول التي تلتزم بالديمقراطية ، واحترام رأي الأغلبية تجدها تأخذ الرأي العام الجماهيري بعين الاعتبار في مختلف القضايا السيادية ، وذلك حتى يكون المسؤول الأول والسلطة السياسية في سعة من الأمر عند استشارة القاعدة الشعبية .

2- دعم قادة الرأي :

يعتبر قادة الرأي لسان حال الجماهير والناطقين باسم الشعب ، في مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك ، في مختلف مجالات الحياة ، وعليه فإن التوافق بين الجماهير وقادتهم يخضع السلطة السياسية للقاعدة الشعبية ، حيث تحترم رأي الجمهور وتستشيرهم في القضايا المصيرية ، وقادة الرأي بدورهم يستشفون آراءهم من عموم الشعب ويعبرون عنها بلغتهم الراقية ، على اعتبار أن قادة الرأي هم من الصفوة ، والعلماء والحكماء ، فيساعدون بذلك الساسة على اتخاذ مواقف حكيمة ، وقادة الرأي يعبرون عن آرائهم من خلال وسائل الإعلام ، ومن خلال الندوات والتجمعات الشعبية ، وكذا المشاورات التي تحدث بينهم وبين السلطة السياسية ، ويتولون توجيه الجمهور وتوعيتهم في بعض الظروف الاستثنائية .

3- التأثير على العملية الانتخابية :

حيث يؤخذ رأي الأغلبية في اختيار ممثلي الشعب ، سيما القاضي الأول للبلاد ، حيث يجب تفعيل الأدوات القانونية والسياسية للتعريف بالمرشحين ، وإعطاء فرص متوازنة في الحملة الانتخابية للتعريف بالبرامج ، حتى يتسنى للشعب أن يختار ممثليهم على الوجه الصحيح .

4- التأثير على السياسة العامة في الدولة:

وتحديد الخطط السياسية والاقتصادية وغيرها على وجه أكمل ، باعتبار أن الشعب يتفاعل مع مخططات الدولة ، وهو الذي ينفذها في الميدان ، فيجب مراعاة الرأي العام في مختلف العمليات بالحملات الإعلامية والإعلانية لإنجاح أي خطة.

5- محاولة إقناع الجماهير العريضة بسياسة الدولة الخارجية :

حتى يكون الجمهور سندا لدولته في أي موقف من المواقف ، كما لا يمكن بعد ذلك استغلال المعارضة لإحداث خلل في توازن الدولة وربما حدوث انقسامات خطيرة.

6- المساهمة في إصدار القوانين :

حيث أن الحوادث والأزمات المختلفة ، والتحويلات الاجتماعية وغيرها التي تحدث في أوساط الجماهير هي التي تساهم في تنشيط المنظومة القانونية بما يتناسب ومطالب الجمهور.

ثانيا : في المجال الاجتماعي :

يساهم الرأي العام في تنشيط الحياة الاجتماعية ، بالسعي إلى المحافظة على العادات والتقاليد ، والقيم الاجتماعية ، وعليه فإن أي قانون أو موقف داخلي أو خارجي يسعى إلى المساس بهذه المنظومة فإنه يجد الرأي العام معبأ ضده ، وعلى السلطة السياسية أن تراعي كل هذا في أي تشريع وإلا وقع صدام بينهما ، وهو ما يضر باستقرار المجتمع ، ومن حين لآخر تقوم مراكز سبر الآراء بمسوح جماهيرية لمعرفة مدى رضا الجمهور على التسيير وإدارة السلطة السياسية ، وأي خلل يقع في قطاع ما يجب الإسراع إلى معالجته فورا قبل أن ينتفض الجمهور ، وهو ما يحدث في بعض الأحيان عندما يتبين فشل مسؤول ما عن إدارة أزمة معينة أو يخطئ في إدارة الأمور فإنه يتعرض للعقوبة ، بالحاسبة أو الإقالة من منصبه ، وذلك أدنى ما يرضي الجماهير قبل اللجوء إلى أساليب الخروج عن السلطة والعصيان ، وهذا ما يعزز من سلطة الشعب ويحقق مبدأ الرقابة الشعبية سيما في عصر التكنولوجيا ، حيث سهولة الاتصال بين الجماهير عبر وسائل الاتصال الجماهير ، فقد أكدت الكثير من الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت السبب الرئيسي في ما يسمى بالربيع العربي .

السلطة والتعبئة الجماهيرية :

حيث يجب على السلطة السياسية أن تسعى إلى مواجهة الشائعات ، وقتلها في المهد قبل أن تتحول إلى رأي عام ، ويكون ذلك بإقناع الجماهير بالمؤامرات التي تحاك ضد السلطة واستقرارها ، كما يجب أن تعالج الأوضاع بما هو متاح ، خاصة ما يتعلق بالجانب الاقتصادي ، وجانب الحريات العامة ... وغيرها ، فيجب على السلطة السياسية أن تكون لها القدرة على تعبئة الجماهير ضد هذه الأزمات باستغلال مختلف الأحزاب والمنظمات ، بإشراكهم في العملية السياسية والاجتماعية وصناعة القرار بصفة عامة ، (لذلك فإن القاء على الشائعات من خلال سياسة عرض الحقائق يخلق تأييدا)

محمد بيجت كاشك : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية 1998 ص 25-26

تقسيم مسوح الرأي العام :

يمكن تقسيم مسوح الرأي العام بحسب الاستخدام إلى ثلاثة أقسام :

الأول : استطلاع الرأي العام :

ويتم بطريقة سطحية وسريعة بغرض معرفة رأي الجمهور في قضية معينة ، أو رصد الشائعات أو غير ذلك ، حيث يكتفي فيه الباحث باستخدام التكرارات والنسب المئوية دون الدخول في تفاصيل أعمق.

الثاني : قياس اتجاهات الرأي العام :

وهو أسلوب أعمق من الاستطلاع ، حيث يتعرف من خلاله الباحث على الآراء والدوافع من وراء ذلك ، ويستخدم فيه التحليل الإحصائي.

الثالث : بحوث الرأي العام :

وتكون أعمق حيث تستهدف تحليل المضامين الإعلامية ، والدوافع من وراء الأحداث ، وآراء قادة الرأي وتوجهاتهم من خلال الإجابة على الاستمارات البحثية .

(عاطف عدلي العبد : الرأي العام وطرق قياسه ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2006 ، ص 115)

صناعة الرأي العام:

الرأي العام كما يمكن أن ينشأ عفويًا أول الأمر نتيجة لواقع ما أو مشكلة ضاغطة ، فيمكن أن يكون صناعة وفي هذه الحالة يسمى رأيا عاما حقيقياً ومرتبطاً ومعبّراً عن توجهات صانعيه ، والرأي العام يمكن أن يُصنَع عبر آليات كثيرة نذكر منها :

أولاً : وسائل الإعلام المتنوعة (المقروءة والمسموعة والمرئية) : وتستحوذ على النصيب الأوفر من التأثير ، ويدخل في ذلك شبكة المعلومات (الإنترنت) ، بما تحويه من شبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات الحوارية ، وغيرها من الأشكال.

ثانياً : الأحزاب السياسية وجماعات الضغط : التي توظف مختلف الندوات والاجتماعات الشعبية التي تلقى فيها الخطب والمحاضرات.

ثالثاً: ويتم أيضا توظيف مختلف الوسائل لهذه المهمة مثل الحملات الإعلامية ، والإشاعات المغرضة ، والدعاية بشتى أنواعها ، وعمليات غسيل الدماغ ، والحرب النفسية لنجاح هذه المهمة .

ويمكن لصناع الرأي العام أن يلتزموا بجملة من الضوابط والمعايير للتمكن من هذه المهمة ، يمكن تلخيصها في الآتي :

أولاً : استشارة الرأي العام :

يعمل صناع القرار من قادة الرأي وكبار الساسة على استشارة الرأي العام وتنبيهه إلى ما يجب أن يكون عليه ، بعمليات اقناعية راقية ، وبناء على ثقة الجماهير في قادتهم تجدهم يستفسرون حول حقوقهم ، بالنظر إلى القوانين العالمية وشعوب العالم ، ما يجعل الشعوب تنتبه من غفلتها وتقدم لائحة مطالبها ، إلى السلطة ، ذلك ما يجعل السلطات تفرض رقابة على قادة الرأي ، وتحول بينهم وبين الجماهير ، بل وتسعى أحيانا إلى تقريب هؤلاء

القادة مرغبة ومرهبة إياهم لئلا يخوضوا في القضايا التي تثير الشعوب ، وأحيانا تسعى لإيجاد حلول وسط لضمان الاستقرار العام ، لأن الجماهير من حقها أن تطالب بحقوقها ، ولكن ينبغي أن يكون ذلك في حدود المستطاع ، بالنظر إلى الإمكانيات المتاحة ، بعيدا عن المثالية.

ثانيا : بلورة المطالب بالتنسيق مع الجماهير :

بفتح قنوات الحوار ، ومحاولات تهدئة وتقريب الرؤى ، لأنه ليس هناك مثالية مطلقة ، ففي البداية تطرح المطالب بسقف مرفوع ، وبمجرد الاطلاع على الظروف القائمة ، يحدث هناك تنازل من الطرفين وربما الاكتفاء بالمطالب الأهم بدل المهمة ، ثم تجعل هناك قاعدة لترتيب الأولويات حتى بين المطالب الأهم ، وهكذا حتى يحصل التوافق ويتحقق الاستقرار .

ثالثا : التوافق بين الجبهتين :

ونقصد بذلك حدوث توافق بين الجمهور عن طريق قادة الرأي والسلطة السياسية ، بما يعبر عنه في السياسة الشرعية ب شعرة معاوية ، أي لو تكون هناك شعرة بين السلطة والشعب ، فمن الحكمة الحفاظ على تلك الشعرة سليمة ، حيث عندما يشد طرف أن يرخي الطرف الثاني والعكس .

رابعا : دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام :

يجب أن تساهم وسائل الإعلام في التعبئة ضد الفوضى ، بتهدئة الجماهير ، وإشراكهم في الحوار عن طريق ممثلهم ، ومعالجة القضايا بالحكمة باستشارة أهل الحل والعقد ، كما يجب على وسائل الاعلام أن تتحلى بالحياد والتجرد من كل معالجة غير لائقة حفاظا على سمعتها في الأوساط الشعبية ، وهذا يتطلب حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها ، وأن تقدم النصح الكافي للساسة بما يحقق المصلحة العامة .

أساليب تضر بالرأي العام :

___ ونحن نعمل على صناعة الرأي العام وجب التخلص من جملة من الأساليب غير اللائقة التي قد تأتي على الاستقرار تماما ، بغض النظر عن الجهة التي تمارسها نذكر منها :

- 1- تجنب فقه التبرير : حيث نجد أحيانا من يقوم بتصرفات غير لائقة وهو أمر واضح للعيان ، ولكن تجده يبرر أفعاله بدعاوي كثيرة ، فتجد مثلا السلطة تقمع الحريات بدعوى الحفاظ على الاستقرار ، والجمهور يخرب - مثلا - بدعوى التأثير على النظام ، وكلا الأسلوبين لا طائل من ورائهما سوى إيقاع الضرر والفساد .
- 2- ضرب القيم المشتركة بين الجمهور : مما قد يسيء إلى الوحدة ، ويشتت الرأي العام ، حتى ولو كان بالهمز والإشارة .

- 3- انحراف المنظومة المطالبية : حيث يبدأ الرأي العام يطالب بأشياء محدودة ومحددة ن ولا يلبث أن تحرف مطالبه أثناء المسيرة ، وهو ما قد يخلق شكوك ، ويضرب بالوحدة.

4- تجنب المطالب الانحيازية : حيث نجد في بعض الأحيان المجموعة لها مطالب معينة ، ولكن عند بدء الحوار ينخزل البعض ويستحوذ على المطالب ، سيما في غياب الأطراف الأخرى ، وهو ما قد يخلق شكوك وتصدعات في المستقبل ، وتنعدم الثقة بين الجمهور وبينهار الرأي العام.

5- الحذر من الشائعات : في مثل هذه الظروف تبدأ الشائعات تعمل عملها ، فتبدأ الشكوك تراود الجمهور ، ما قد يؤدي إلى حدوث تصدعات في وحدة الصف.

6- الحذر من بعض وسائل الإعلام : التي قد تنحاز إلى جهة معينة ، على حساب أخرى فتجدها تعتمد أسلوب التكرار لبعض المواقف- ايجابية كانت أو سلبية ، والغرض من ذلك هو توجيه الجمهور بالإيعاز لقضايا ما على حساب أخرى.

المحاضرة الرابعة: اتجاهات الرأي العام.

الاتجاهات ATTITUDE

المفاهيم العامة للاتجاهات :

مفهوم الاتجاه من أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي فقد عرفه كل من : ويليام اساك

توماس / و زنانكي فلوريان **William Isaac Thomas** Florian ZNANIECKI

بأنه : حالة الفرد الذهنية اتجاه احدى القيم .

وقد حظي الاتجاه باهتمام كبير في ميدان البحوث النفسية الاجتماعية لأنه الوسيلة التي تنبئ بسلوكيات الأفراد ، فمن خلاله يمكن الكشف مسبقا عن كيفية تفاعل الفرد مع موقف من المواقف ، لأن الأفراد يحملون بداخلهم عددا كبيرا من الاتجاهات نحو العديد من الأشياء ، ونحو غيرهم من الأفراد وحتى مع أنفسهم ، باعتبار أن الاتصال يبدأ ذاتيا و ينتهي ثقافيا وحضاريا وفي كل مناحي الحياة ، لأن كل منا يسعى للكشف عن اتجاهات الآخرين وإخبارهم عن أفكارنا ومحاولة تغيير أدائهم بما يتفق مع الاتجاه الذي نسلكه .

وتعود كلمة اتجاه تاريخيا إلى أصلين اثنين :

الأول : اشتق من الأصل اللاتيني **aptus** والذي يشير إلى معنى اللياقة ، وقد ظهر هذا الاستخدام أول مرة عند هيربرت سبنسر **Herbert Spencer** عندما تحدث عن الاستعداد للفعل كأمر ضروري للوصول إلى الحكم الصحيح وظل هذا الاستخدام شائعا واتخذ مضامين متعددة مثل الاستعداد العملي والتقليدي .

الثاني : يرتبط باستخدام كلمة **posture** والتي تعني وضع الجسم عند التصوير ، وتطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة .

والاتجاه نحو شيء إما أن يكون إيجابيا أو سلبيا ، إيجابيا كتفضيل قناة على أخرى أو برنامج على آخر ، أو تأييد موقف من المواقف أو رغبة في اقتناء سلعة من السلع وعكسه السلبي الذي يجسد النفور والكراهية والرفض واستنكار واحتقار واشتمزاز من شخص أو شيء أو موقف ما ، وهو ما يجسد المعنى اللغوي من التوجه والقصـد .

ثم إن القناعة والإيمان بما يريد الإنسان تبليغه يزيد من قوة التنفيذ والنجاح ، وقد تبني نيالي **nealy** عام 2006 مقولة: أنه إذا أمنت بقوة في أن شيئا ما سوف يتغير ، فإنه بالفعل سيحدث ، ربما ليس غدا أو بعد غد لكنه حتما سيحدث ، فإن الفرد بأفكاره وتبنيه لاتجاه معين نحو هذه الأفكار هو ما قد يدفعه ويوجه سلوكه نحو تحقيق أهدافه .

ونظرا لأهمية الموضوع و كونه خصبا فقد بلغت عدد تعاريفه نحو ستة عشر تعريفا فإن كل باحث يتناوله من زاوية معينة ونورد أهم هذه التعاريف :

1- تعريف البورت : **Allport** : " الاتجاه هو حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تنضم أو تتكون خلال التجربة أو الخبرة التي تسبب تأثيرا موجها ديناميا على استجابات الفرد لكل الموضوعات التي ترتبط بهذا الاتجاه"

2- تعريف بوجاردوس : **bougardus** : الاتجاه هو الميل الذي ينحو بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة ، أو بعيدا عنها ، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعا لانجذابه لها أو نفوره منها

3- تعريف نيو كيمب **NEW COMB T.M** : الاتجاه ليس استجابة ولكنه ميل ثابت إلى حد ما ، للاستجابة بطريقة معينة لشيء أو موقف معين " .

ويبقى موضوع الاتجاهات غامضا لما نراه من تفسيرات مختلفة ، إن على المستوى العقلي أو النفسي أو السلوكي ولما للموضوع من تأثيرات خارجية تمتد إلى المكون المعرفي والإدراكي " ، كما يعني الاتجاه المواقف والحالات والسلوكيات الاجتماعية المرتبطة بالقيم.

4- يعرفه روكتش: "بأنه تنظيم مكتسب أو متعلم ، يتسم بالاستمرار والتوافق حين تنسجم معتقدات الفرد مع موقفه من حادث أو فكرة أو نزعة ، يستجيب لها استجابة خاصة يفضلها صاحب الاتجاه ، ويتم اكتساب الاتجاهات عن طريق التفاعل، وبالتنشئة الاجتماعية تبني الإستعدادات النفسية والانفعالات العميقة ، التي تترسب في الوجدان مع العواطف ، وللتعليم أهمية كبيرة في تكوين الاتجاهات .

ويمكن أن نورد تعريفا إجرائيا لموضوع الاتجاهات كما يلي :

- تعريف إجرائي : مختلف الميولات النابعة عن قناعة معينة ، المنبعثة من مختلف المكتسبات المعرفية و الإدراكية و التي يكون لها أثرا على سلوك المتلقي .

أهمية الاتجاهات : عدد بعض المفكرين أهمية الاتجاهات والمواقف بثلاثة ادوار :

الأول : عندما يكون للفرد اتجاه معين فإن ذلك يمده برصيد داخلي جاهز، يساعده على تقدير الأحداث ، واختبار أو تمييز حقائقها ، وذلك بين وجهة نظره المعبرة عن مصالحه واهتماماته الأساسية.

الثاني : يحتفظ الفرد بعلاقاته مع الأشخاص الآخرين ، وفي توطيد هذه العلاقة وتدعيمها ، أي إن الاختلاف في الاتجاهات لا يعكس صفو العلاقات الاجتماعية.

الثالث : الآراء والاتجاهات ما هي إلا تعبير عن الرغبات الداخلية للفرد ، ويكون الرأي عاما إذا عبر عنه بوجهة نظر خاصة بالسياسة العامة لممارسة التأثير على صانع القرار ، وعليه نجد بأن الرأي العام يمر بعدة مراحل :

1- نشأة المشكلة أو الموضوع 2- إدراك المشكلة . 3- الاستطلاع بالمناقشة . 4- بروز المقترحات لحل المشكلة .

5 - صراع الآراء . 6- تبلور الأفكار . 7- تقارب الآراء . 8- الاتفاق الجماعي . 9- السلوك الجماعي .

خصائص الاتجاهات :

يمكن تلخيصها فيما يلي :

1-الاتجاهات مكتسبة وليست فطرية، فهي تكتسب من مجموع المعارف والمعتقدات ونحوها، مما يكتسب طابع الديمومة (العادات والأنماط)فتتشكل ميولات معينة يمكن التعبير عنها بالكلمات والسلوك .

2- الاتجاهات هي عبارة عن قناعات إذا وصلها الإنسان فليس من السهل التخلي عنها تحت تأثير قناعات جديدة.

3- الاتجاهات تربط بين الذات وموضوعات محددة في علاقة مستمرة .

4- المبادئ التي تحكم تكوين الاتجاهات نحو موضوعات فردية ، هي نفسها المبادئ التي تحكم تكوين اتجاهات الشخص نحو موضوعات اجتماعية أو تنبها اجتماعية .

5- الاتجاهات ثابتة نسبيا من الصعب تعديلها أو تغييرها، لأنها مرتبطة بالإطار العام للشخصية ، غير أنه من الممكن تعديل الجوانب المعرفية إلى حد ما ، أما الجوانب الوجدانية والدافعية منها فمن الصعب تعديلها .

6- كما تمثل الاتجاهات الاتساق والاتفاق بين استجابات الفرد للمثيرات الاجتماعية ، مما يسمح لنا بالتنبؤ باستجابات الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية المعينة ، وقد يكون الاتجاه محددًا أو عاما كما يقع بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب، أي بين التأييد المطلق و المعارضة المطلقة.

مكونات الاتجاه :

يؤكد الباحثون على وجود ثلاث مكونات أساسية للاتجاهات :

1- المكون الوجداني (الانفعالي) :

يتعلق الجانب بالوجداني بمختلف الميولات والمشاعر والعواطف تجاه موضوع ما من المواضيع سلبية كانت أو إيجابية ، وبصفة أخرى نعني بها : " مشاعر الفرد التي تنطوي على الحب أو الكراهية لموضوع الاتجاه ، وعادة ما يعبر عن هذا المكون باستجابات ، تنطوي على التفضيل أو عدم التفضيل لموضوع ما من المواضيع ، ويشمل

المكون الوجداني للاتجاه رغبات الفرد ودوافعه التي تعد أساس التقويم الانفعالي لموضوع الاتجاه ، ويعطي هذا المكون درجة من الاستمرارية للاتجاه وحث الفرد لإصدار سلوك معين ..

2- المكون المعرفي :

أي أن خلفية هذا المكون معرفي ، (مجموع المعارف المكتسبة والمعتقدات الراسخة بغض النظر عن كونها صحيحة أو غير ذلك .

فالمكون المعرفي أي " المعرفة فهي معتقدات الفرد عن موضوع ما ، وأحكامه المستندة الى وقائع وشبه وقائع عنه ، و المعتقدات هي أية معلومات تم تلقيها من خلال الملاحظة المباشرة أو من مصادر خارجية أو كانت نتاجا لعمليات الاستدلال وهي بهذا المعنى تعد أحكاما ويرى منظرو الاتجاهات أن المعتقدات تشكل حجر الأساس في الاتجاه الذي بدوره يعكس معتقدات الفرد عن موضوع الاتجاه.

3- المكون السلوكي :

هو تعبير بالجوارح عن الرضا أو عدم الرضا ، أو إصدار موقف من المواقف التي تعبر عن ذلك ، فإذا كنت أحب شخصا أو أكرهه فإنني أعبر عن ذلك بالسلوك كأن أتعاطف مع الشخص الذي أحبه ، وأدافع عنه ، وإن كنت أكرهه أن أتجنبه ، و يمكن أن أعين عليه لأصابته بمكروه وقس على هذا في مختلف المجالات ، حيث أجعل من السلوك تعبير عضوي على ما أعتقد ، وأريد تجسيده في الميدان ، كتصنيف القنوات بين قنوات مختارة ومفضلة وقنوات ، منبوذة فأحذف هذه الأخيرة حتى لا يتأثر بها الأبناء ، فتنشأ لديهم معتقدات وسلوكيات مرفوضة في تصوري ، أي أن الاتجاه يترجمه موقفين :

1- الميل نحو الشيء 2- إصدار سلوك الاستجابة لذلك الميل .

أو كما عبر عنه حديث الأعمال بالنيات ، أي أن السلوك المقبول والذي يحاسب عنه الانسان هو النابع عن نية صادقة متجهة لإرادة ذلك الفعل .

أنواع الاتجاهات :

قسم بعض الباحثين الاتجاهات إلى عدة أقسام ، بالنظر إلى كثرة هذه الاتجاهات ، ويمكن تصنيفها إلى .

1- اتجاهات قوية و اتجاهات ضعيفة : وهي التي يقيسها ما يسمى بشدة الإتجاه ، فإذا كان الاتجاه قويا فإن السلوك تجاه أمر ما يكون حادا ، أما موقف الضعيف فلا يتفاعل مع صاحبه بتلك القوة ، من أجل ذلك وضع المختصين ما يسمى بمقياس الإتجاه (مثل مقياس ليكرت) الثلاثي أو الخماسي (موافق بشدة - موافق - حيادي - معارض - معارض بشدة .

2- اتجاهات موجبة واتجاهات سالبة : فالمواقف إما أن تكون موجبة أو سالبة ، وعليه لما تعرض على الجمهور يطلب رأيه ، إن كان يتفاعل مع المواقف بإيجابية أو سلبية ، والإيجابي : هو الذي يتفاعل معه ويؤيده أما السلبي فإنه ينفر منه وتقاس درجة ذلك فيكون التأييد - إيجابي - المعارضة - سلبي .

3- اتجاهات علانية واتجاهات سرية : العلانية يعبر عنها صاحبها بصراحة ودون حرج أو خوف ، أما السرية هي التي يجد فيها الفرد حرجا في التعبير عنها أو إظهارها ويحتفظ بها لنفسه .

4- اتجاهات جماعية واتجاهات فردية : فالاتجاهات الجماعية تترجم ما يسمى بالرأي العام ، أي أن الجمهور معظمهم يميلون إلى ذلك ، وهو ما نريد قيامه في بحثنا عن إمكانية اتجاه جمهور الطلبة نحو الفضائيات الإسلامية - أما الاتجاه الفردي هو الذي يكون على مستويات محدودة .

5- اتجاهات عامة واتجاهات نوعية : الاتجاهات العامة تتعلق بالكليات ، أما النوعية فتتصب على النواحي الذاتية ، فالاتجاهات الحزبية تتسم بصفة العموم ، أما الاتجاه نحو موقف ما من المواقف فهو نوعي ، فقد وجد في دراسة أجراها **1928 hartshorne et may** ، حيث وجد أن الأطفال قد يغشون في الدراسة ولا يغشون في البيت ، وقد يغشون في مادة دون أخرى ، وهذا بالنظر لطبيعة المادة ، فإن الاتجاه نحو الأمانة يتوقف على نوعية الموقف .

6- اتجاهات مرنة واتجاهات جامدة : ويقصد بالاتجاهات المرنة : أي اللغظية : وسميت كذلك لأن الفرد يمكن أن يعبر عن أدائه شفاهة أو كتابة ، بينما الاتجاهات العلمية التي تظهر من أثر السلوك ، وهي عادة ما تكون أقوى وأصدق ، ويصعب تغييرها لأنها تدخل في النسق القيمي للفرد .

وظائف الاتجاه:

1 وظيفة المنفعة : أي تحقيق الاتجاه لمردود ايجابي للفرد ، وتقوم هذه الوظيفة على أساس سعي الإنسان نحو إيجاد اللذة والابتعاد عن الألم ، وفقا لنظرية اللذة والألم .

2 وظيفة الدفاع عن الذات : يوظف الاتجاه لحماية الذات ، وذلك بأن يظهر الشخص أنواعا من التصرفات والآراء التي تعبر عن اتجاه المجتمع ، ويخفي اتجاهه الحقيقي نحوها ، التي ربما يواجه حين الإفصاح عنها الضرر أو العقاب ، فالاتجاه المزيف يستخدم كنوع من الهروب الذي يساعد الفرد على حماية ذات ، باعتبار أن الانسان أناني بطبعه.

3 التبرير : يقوم الفرد بالابتداع عن معتقدات ، ليبرر بها اتجاهاته ، فكل من استجاب لأناه يخلق لذلك تبريرا حتى لا يلام.

4 التعبير عن القيم والمثل : قد يبتدع الفرد قيما ومثلا ، ليستخدمها كمبررات لاتجاهاته في الحياة.

5 الوظيفة المعرفية : تقوم هذه الوظيفة على الحاجة لرؤية الأمور في شكل نسقي ومنظم.

الحاجات والدوافع والسلوك :

الحاجات هي التي تأتي وراء الدافع فتجعله يبتكر أداة لتلبية تلك الحاجة ، ثم ينفذها سلوكيا ، وقد قسم العلماء الدوافع إلى ثلاثة أقسام رئيسية :

أولا : الدوافع العضوية : بالنظر إلى حاجة الجسم إلى الغذاء ، فهي تعبر عن ذلك بالجوع كوسيلة لإشباع هذه الحاجة ، ما يؤدي إلى سلوك الأكل ، ونفس الشيء بالنسبة لحاجة الجسم إلى الماء ، تجعل الجسم في حالة

العطش فيسعى لإشباع تلك الحاجة بسلوك الشرب ، وهكذا بالنسبة لدافع ممارسة الجنس لتلبية غريزة معينة وكذا إشباع غريزة الأمومة والأبوة عن طريق الإنجاب ، ولولا هذه الغرائز وهذه الدوافع القوية لإشباعها لعرف الإنسان عن هذه الأشياء ، ويركن إلى الراحة لإشباع أناه ، وذلك سيكون على حساب فضايا كبرى كاستمرار الحياة التي هي مقصد عام وكبير في هذه الحياة .

ونظرا لكون الإنسان اجتماعي بطبعه ، فهذه حاجة على اعتبار أن الإنسان يستحيل أن يعيش بمفرده وبلي كل احتياجاته ، فهو قد وفر آليات للاجتماع حتى لا يشعر بالوحدة ، ويدخل في متاهات الحياة . وهكذا مع كل احتياجات الإنسان الطبيعية في هذه الحياة ، من أجلها تشكلت هذه السلوكيات لتلبيتها ، من مولد الإنسان إلى وفاته ، فتكون الموت آخر غريزة يمتثل لها الإنسان رغم ما فيها من قسوة ، فهو ربما يتمنى أن تأتيه لتنتقله من عالم مليء بالمتاعب إلى العالم الآخر الذي يرى فيه الإنسان بأنه سيجد فيه كل راحته ، ويجسد كل هذا ما يعبر عنه ب :

الآراء والاتجاهات والميول والدوافع : فتكون الآراء تعبيرية شفوية بما يسمعه ويفهمه الناس بغض النظر عما يدور في خلد ، فإذا كانت مدعمة بالاتجاهات التي هي ذات طابع إدراكي عقلي ، فإن الميل نحو الشيء ذو طابع عاطفي ، فهو يميل نحو الرأي الفلاني لاعتبارات ربما لكونه يجب ذلك الشخص او أنه من أقاربه أو ربما أقنعه خطابه فهو معجب به ، ويكون كل هذا بدافع معين لتلبية حاجة في نفس الإنسان كغريزة حب السلطة - مثلا -

المحاضرة الخامسة : الرأي العام والفضاء العمومي

Public opinion and public space

تعريف الفضاء العمومي :

يُعرف المفكر يورغن هابرماس **Jürgen Habermas** المجال العام بأنه "مجتمع إفتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف ، أو مميز ويتكون من مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مُشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور ، يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة".
واختلف العلماء في وصف المجال العام ، مع اتفاقهم في كونه ميدان مفتوح للنقاش حول مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك .

1- فقد وصفته المفكرة الاميريكية : أنا ارونند **hannah arond**: بأنه عبارة عن خشبة مسرح يظهر ويستعرض عليها الفاعلون الاجتماعيون أنفسهم وقدراتهم ، ويؤدون عليها أدوارهم حسب موقعهم الاجتماعي.

2- أما ريتشارد سانت : فيعتبر أن المجال العام هو مكان للرؤية الاجتماعية ، والظهور العام ، في مكان مفتوح للجميع.

3- تعريف تشارلز : "المجال العام فضاءً مشترك، يلتقي فيه أفراد المجتمع عبر جملة من الوسائط ، وذلك لمناقشة مسائل ذات اهتمام مشترك، والتوصل من خلال ذلك إلى تشكيل تفكير مشترك في هذه المسائل.

أهم خصائص المجال العام :

- 1- الشكل المعماري : تصور العلماء للمجال العام أن له مجال معماري ، قبل أن يصبح مجال افتراضي في العصر الالكتروني ، كأن يكون ساحة عمومية ، أو عدة شوارع ، أو مساحات خضراء...
- 2- السياق الحضري : لكل مدينة مجالها العام تعرف به ، وهو بمثابة بطاقة هويتها .
- 3- عنصر الديناميكية والنشاط: الذي تختلف فيه كل مدينة عن الأخرى .

4- الاستعمال العام: فإذا كان البعض يستغل هذا المجال لأغراض تجارية، فهناك من يستغله لأغراض ثقافية وترفيهية .

5-المعاشرة الاجتماعية: بظهور شبكة علاقات اجتماعية، وثقافية وغيرها يتم فيها تبادل الأفكار وطرح الانشغالات .

6- الهوية : وهي صورة الأنا التي يسعى فيها كل إنسان لإبراز قدراته ، وكفاءاته على المناقشة وإبداء الرأي.

7- الأجواء: وهي عموماً الإطار الزماني والمكاني الذي يدور فيه هذا التفاعل الاجتماعي.

كانت هذه أبرز العناصر التي تتعلق بالمجال العام في شكله المادي ، وبعد التطور التكنولوجي وظهور ما يسمى بالمجال العام الإلكتروني ، أصبح هذا الفضاء يقاس بالمجال الافتراضي - كما سنشير فيما بعد -

علاقة المجال العام بالرأي العام :

يتيح المجال العام إمكانية الدخول لأي كان من المواطنين ، حيث ينشأ جزء من المجال العام في كل محادثة يتجمع فيها أفراد معينون لتشكيل هيئة عامة ، وهم لا يتصرفون مثل رجال الأعمال أو المهنيين ، الذين يتعاملون مع الشؤون الخاصة ، أو كأعضاء في نظام دستوري يخضع للقيود القانونية التي تفرضها بيروقراطية الدولة ، ولكن يتصرف المواطنون كهيئة عامة حيث يتناقشون دون قيود ، أي مع ضمان حرية التجمع وحرية التعبير عن آرائهم حول الأمور ذات الاهتمام العام ، مع إمكانية نشرها ، وفي الهيئة العامة الكبرى، يتطلب هذا النوع من التواصل وسائل محددة ، لنقل المعلومات والتأثير على أولئك الذين يتلقونها.

الفرق بين ما يصدر عن المواطنين في المجال العام ، وما يصدر عن الهيئات النظامية من قرارات ، كون هذه الأخيرة تكون ملزمة ، بينما ما يصدر عن المواطنين من مناقشات مجرد آراء يمكن الاستئناس بها ، ويُعتبر المجال العام مصدراً لتكوين الرأي العام ، وهو يتطلب شرعية السلطة لتفعيل أية ديمقراطية ، فهو يُبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار ، وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام ، وتسهيل بلورة توافقات تُعبر عن الرأي العام النشط ، وبحيث تكون إطاراً نظرياً مُتكاملاً ، يُمكنه توضيح حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة مُتمثلة في المدونات والمنتديات ومجموعات النقاش في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع.

الفضاء الإلكتروني والرأي العام "الإلكتروني" :

تعريف الرأي العام الإلكتروني: هو ذلك الرأي الذي يُعبر عن أكبر شريحة مُمكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت ، للتأثير على أكبر شريحة يمكن التوصل إليها عن طريق تلك الشبكة.

بمعنى أن الرأي العام الإلكتروني نفسه الرأي العام العادي ، ولكن توظف فيه شبكة الانترنت ، فالرأي العام الإلكتروني يُعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش

، بمعنى أنه مرتبط بمُتغيرين أساسيين هما : 1-مستوى التعليم 2-ومدى تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت ، وتتم هذه العملية بعيدا عن تسلط الجهات الوصية أو المالكين لبعض هذه المؤسسات ، أي تتم العملية في ديمقراطية تامة.

فتحي حسين عامر: الرأي العام الالكتروني ، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012، ص 164-165

أشكال التعبير الالكتروني في الفضاء العام نذكر منها:

- 1- المجموعات الافتراضية والمنتديات: وهي عبارة عن مواقع وبرمجيات على شبكة الإنترنت تُمثل نُقطة اللقاء لمجموعة من الأشخاص ، يتناقشون حول قضايا محددة ، ويتم الرد عليها في الآن .
- 2- التعبير عن الرأي عبر نظام التصويت بالهاتف : ومنه تتم عملية قياس الرأي العام.
- 3- استطلاعات الرأي الإلكترونية: باستخدام استمارات الكترونية ، أو استطلاعات سريعة ، حول مختلف القضايا تصب في قاعدة بيانات محددة ، وتعطي نتائج مباشرة تستغل في اتخاذ القرارات.
- 4- آلية التصويت والانتخابات : حيث تعتمد بعض الدول والهيئات عمليات الانتخاب الالكتروني المنزلي ، لختيار ممثلها.

-البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية:

-مواقع الإنترنت الخاصة :

-المدونات:

- مواقع التوقيعات الإلكترونية: والتي تُتيح فرصة التسجيل بعدد كبير ، كمعارض أو مطالب بتغيير سياسة وتعتبر نوعاً من المعارضة السلمية.
- رسائل SMS عبر الهاتف النقال:
- مواقع الشبكات الاجتماعية : مثل موقع الفيس بوك وموقع تويتر، وغيرها التي تستغل للتواصل والنقاش والحوار .
- الاستفتاء عبر البريد الالكتروني: ويتضمن إرسال استمارة الاستفتاء عبر الإيميل ، ويقوم المبحوث بإعادة إرسالها عقب الإجابة عليها .
- الاستفتاء عبر مواقع الإنترنت: هذا النوع من أبحاث السوق يتطلب إنشاء مواقع خاصة لمعرفة الآراء حول سلعة معينة.
- استطلاعات الرأي الإلكتروني: وهي استمارة بسيطة تهدف إلى استطلاع رأي زائري الموقع حول إحدى القضايا الهامة .
- التعليقات الإلكترونية: وهي عبارة عن قيام المُستخدم بكتابة تعليق على خبر ، أو حدث مُعين للتعبير عن رأيه ، أو موقفه من قضية ما .

- فضلا عن الخدمات المختلفة التي تتيحها وسائل الإعلام الالكترونية ، للتعبير عن الرأي وتقديم الخدمة بكل حرية وأريحية.

-التدريس عن بعد

-عقد دورات المجالس عن بعد.

-التجارة الالكترونية

. -الإدارة عن بعد، المشاركات الإعلامية من قلب الحدث .

-المساعدة القضائية ، والمساهمة في الحد من ظاهرة الإجرام.

-حرية رفع الشكاوى إلى المسؤولين انطلاقا من إعلام المواطن.

دور الفضاء الإلكتروني في المساهمة في تفعيل المجتمع المدني:

عمل الفضاء الإلكتروني على المساهمة في تقوية مؤسسات المجتمع المدني ،بيث ملاحظتهم عبر المدونات أو المواقع البريدية ، أو المنتديات أو الدردشة أو استطلاعات الرأي الإلكترونية، وتلقي الشكاوي والمراسلات ، وكشف الفضاء الإلكتروني عن القضايا التي تتفاعل مع الشارع ، وتعكس اهتمامات الحياة اليومية.

دور الفضاء الالكتروني في تعزيز قيم الديمقراطية:

1- يمكن اعتبار الإنترنت أقرب إلى

برلمان عالمي ، يستطيع كل فرد أن يُعبر عن رأيه ، ويُشارك في صنع القرارات واتخاذها ، بصورة غير مباشرة .

2- كما يمكن اعتبار المجموعات الافتراضية شبيهة بالأحزاب السياسية، التي تُساهم كجماعه ضغط الكتروني في

التأثير على القرارات السياسية للحكومات ، بالتأثير على المؤسسات الإعلامية الرسمية والتقليدية ، سواء في

طبيعة دورها أو نشاطها وقدرتها على التأثير في الرأي العام . وقد شكل 3-الإعلام الإلكتروني بيئة جديدة

تستطيع كافة التيارات الفكرية، والسياسية والثقافية والدينية التعبير عن نفسها بحرية وبدون أي حواجز .

4-يعتبر الإنترنت أداة لنقل مُعانة المهتمين في حياتهم ومشاكلهم اليومية ، وذلك بعيداً عن هرمية المؤسسات التقليدية .

5- ظهر الإعلام الإلكتروني كبديل عن المؤسسات التقليدية والصحف الورقية ، وبشكل عام عمل على جذب الأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل مُختلف عن الرقابة الرسمية .

6- سهولة الحصول على المعلومات وانتشارها وانخفاض تكلفتها ، وهو ما أدى إلى كسر احتكار الدولة

لوسائل الإعلام الجماهيري ، وتوسيع قاعدة المُساهمين في تشكيل قضايا الرأي العام ، بدلاً من دور النخبة التقليدي .

6-ساعد الإنترنت على تحسين دور الصحافة التقليدية ، وتعزيز مهنتها، بالإضافة إلى الحد من دور الصحافة الحزبية والأيدولوجية.

التجمعات الإلكترونية وبناء رأس المال الاجتماعي:

أدت الثورة التكنولوجية إلى تنشيط المجتمعات ، وزيادة الروابط بين أفرادها ، حيث زيادة التفاعلية بين مختلف التنظيمات ، على مختلف الأصعدة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية... وغيرها ، وزادت الديمقراطية التشاركية فعالية ، وساهمت بوابات الإنترنت في تقديم الخدمات الحكومية العامة ، وعلى التواصل المحلي مع المواطنين دون وسطاء ، وامتد تأثير الفضاء الإلكتروني للمُساهمة في بناء رأس المال الاجتماعي ، ويمكن اعتبار هذه الحركة" على أنها التيار العام الذي يدفع طبقة من طبقات ، أو فئات اجتماعية مُعينه إلى تنظيم صفوفها بهدف القيام بعمل موحد لتحسين حالتها الاقتصادية ، أو الاجتماعية أو السياسية أو تحسُنها جميعاً.

وظهرت ثقافة الكترونية تتميز بأنها تتركز على المعرفة الجديدة وأهمية المعلومات ، وتتميز بأن لها معايير أخلاقية جديدة ، ومؤسسات ثقافية ، وتعتمد على الإبداع والابتكار ، وظهور إعلام جديد وعلاقات اجتماعية جديدة ، وموازن للقوة جديدة وآليات مُتعددة.

ومع بروز تلك التجمعات الإلكترونية ظهر الفاعلون داخل تلك التجمعات فيما يُطلق عليه نشطاء الإنترنت ، وهم الأفراد الذين لديهم مُشاركات الكترونية نشطة على مستويات مُتعددة .

تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية امتداداً طبيعياً للعلاقات الاجتماعية الحقيقية ، حيث أنها تربط شبكات الأفراد الذين قد لا يتشاركون المكان نفسه ، وتمكنت تلك المواقع من الخروج من مكان جغرافي مُحدد ن إلى تعدي الإقليم والعالم مثل "فيس بوك" مرتبط بالولايات المتحدة الأمريكية، و"أوركوت" بالهند، و"ميكس" باليابان ، و"لونارستورم" LunarStorm بالسويد ، و"بيبو" Bebo بالمملكة المتحدة ، و"فريندستر" بجنوب شرق آسيا ، و"هاي فايف" بالبرتغال وأمريكا اللاتينية ، و"ساي وورلد" Say world بكوريا ، ودفعت عملية الاستخدام المتزايد والمتسارع لمواقع الشبكات الاجتماعية في مناطق العالم المُختلفة عملية التأثير على القيم ، والممارسات داخل كل مجتمع وعلى المستوى الدول ككل ، وذلك عن طريق تأثير الإعلام والاتصال في التغيير.

وبدراسة إحصائية : تتعلق بسنة 2017 فإن عدد مستخدمي الانترنت تجاوز 3.8 مليار ، منهم مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بأكثر من 3مليارمن البشر ، وأكثر من 5مليار يمتلكون الهواتف المحمولة ، منهم 2.7 مليار يستخدمونها في شبكات التواصل الاجتماعي ، وفي كل سنة يزيد مستخدمي الشبكات بشكل ملفت للانتباه ، فقد بلغت في العام 2019 أكثر من 121 مليون مستخدم ، أي بزيادة تقدر ب 4 بالمائة ، وللذين يستخدمون الهواتف النقاله لنفس المهمة بلغت نسبتهم 3 بالمائة.

الحملات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام:

ماهية الحملة الالكترونية :

تُعد الحملات الإلكترونية "عمل فردي أو شبه فردي ، يتحول إلى عمل جماعي "تطوعي" مُنظم يستهدف إحداث التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي داخل المجتمع ، عن طريق استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط

لحجم التفاعلات ، أو المزج بينه وبين فاعليات على أرض الواقع "وقد تكون الحملة مجرد رد فعل سرعان ما ينتهي ، وقد تتحول الحملة إلى حركة ترتب قدرتها على الاستمرار في التغيير .

أما من حيث القائمين عليها فيقوم بها مدونون ونشطاء الإنترنت، وليس شرطاً أن يكونوا مُنتمين إلى حزب سياسي ، والتي يمكن أن ينضم إليهم حركات وتيارات سياسية ، وتتم تشكيل مجموعات افتراضية شبيهة بالأحزاب السياسية ، وتُساهم كجماعه ضغط الكتروني تؤثر على القرارات السياسية للحكومات وتؤثر في عملية صنع القرارات .

أهداف الحملات الإلكترونية

- 1- تهدف الحملات الإلكترونية إلى التعبير عن رأي أو موقف لا يُمكن التعبير عنه بغيره على الواقع.
- 2- التأثير على الرأي العام وأفكار الناس وآرائهم في قضية مُعينة.
- 3- تحريك الطاقات والقدرات الشعبية على الإنترنت واستغلالها لأهداف مُحددة.
- 4- إيصال الرأي أو الموقف إلى جهات مُحايدة لغرض الإنصاف .

وتنطلق الحملة الإلكترونية عبر أرضية تتكون من عمل الفرق والمسؤولين، ونقطة تواصل وتشاور فيما بينهم لتنفيذ مهام الحملة ، بالإضافة إلى خلق شبكة من المؤيدين لتلك الحملة ، سواء بين مُستخدمي الإنترنت أو تحقيق التفاعل مع غيرهم من الجمهور، ويكون هدف الحملة استهداف الفئات التي يهتمها الأمر بخصوص تلك القضية ، ويتم إطلاق الحملة سواء عبر موقع إنترنت أو مُنتدى حوارى ، أو مجموعة نقاش خاصة ، أو عن طريق توزيع الملصقات والشعار الخاص بالحملة .

نماذج عن الحملات عبر الفضاء الإلكتروني:

- 1- جمع التوقيعات الإلكترونية للمُطالبة بتغيير سياسات ، أو قرارات أو إزالة صور تُعد مُسيئة أخلاقياً أو دينياً.
- 2- الدخول إلى عُرف الدردشة والمنتديات في الإنترنت للقيام بجوارات ، وتكوين رأي مُناصر أو مُناهض لقضية من القضايا ؛ وتكوين التحالفات السياسية في الإنترنت.
- 3- كما يتم نشر أفكار الإضرابات أو الاعتصامات بين أكبر عدد من مُستخدمي الإنترنت ، عن طريق المجموعات البريدية -مثلاً-.
- 4- مهاجمة مواقع الخصوم والقرصنة ، وسرقة المعلومات ، ونشر الفيروسات وغيرها.
- 5- إرسال كم كبير من الرسائل الاحتجاجية لكافة الأطراف المعنية بصورة ضاغطة ومزعجة ، عن طريق البريد الإلكتروني.
- 6- إنشاء مواقع انترنت لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالموقف الاحتجاجي ، للحصول على تأييد الرأي العام وتجنيد الموالين والداعمين لفكرة الاحتجاج من جماعات المصالح المُختلفة.

7. تأسيس مجموعات على مواقع الشبكات الاجتماعية ، وجذب الأعضاء إليها كمواقع الفيس بوك ، وتويتر ، وغيرها.

عناصر نجاح الحملات الالكترونية :

- 1- درجة ارتباط أعضاء الحملة بعضهم البعض . 2 عدد الأفراد المشاركين في الحملة . 3 درجة التفاعل بين الحملة والرأي العام
- 4- الادارة الجيدة للحملة فيما يتعلق باختيار الشعار وطبيعة الاتصالات والمعلومات والعلاقة مع الصحف ووسائل الإعلام الأخرى.
- 5- قدرة الحملة من الانتقال من الطابع الإلكتروني من خلال التجمعات الإلكترونية إلى ترجمة ذلك على أرض الواقع .
- 6- قدرة الحملة على نسج علاقات جيدة من المؤسسات ذات الصلة ، وخاصة مؤسسات المجتمع المدني وأجهزة الدولة المعنية.
- 7- يتوقف نجاح الحملة على تحديد أهداف الحملة ، وإطارها الزمني ، وتوزيع المهام بشكل دقيق ومحدد .

دور الحملات الالكترونية في التغيير داخل المجتمع :

- 1- إن الحملات الإلكترونية تقاس قوتها بقدرتها على توصيل الاحتجاج إلي المسئولين.
- 2- إن الرد الحقيقي على الاحتجاجات يكون بمواجهة الأفكار بأفكار مُضادة في ظل حرية التعبير ، بعيدا عن التهيب والعنف.
- 3- إن الاحتجاجات بطبيعتها تأتي تعبيراً عن واقع اجتماعي ومُشكلات اقتصادية
- 4- إن الاحتجاج الإلكتروني يُعبر عن ظهور قوى جديدة فاعلة في الحياة السياسية، يُمكن الاستفادة منهم .
- 5- إن الحملات الإلكترونية والفاعلين بها تعبير عن واقعهم الاجتماعي الذي يعيشون فيه بلغة عصرهم .
- 6- ويمتلك الفاعلون في الحملات الإلكترونية القدرة على مخاطبة الرأي العام ، بدرجة أفضل من الطرق التقليدية.
- 7- تُعبر الحملات الإلكترونية عن دور الإعلام الجديد والاتصالات في دفع عملية التنمية الشاملة.

محددات وُفرص تأثير الفضاء الإلكتروني على الرأي العام:

- عمل الفضاء الإلكتروني على إتاحة المعلومات بحرية وتبادلها وانتشارها بسرعة.
- نقل وجهات نظر مُختلفة عما تروجه وسائل الإعلام الرسمية والصحف التقليدية.
- ولم يُصبح الفضاء الإلكتروني مجرد وسيلة إعلامية فقط ، بل أصبح وسيطاً ومصدراً هاماً للمعلومات.
- وعلى الجانب الآخر عمل الإنترنت على تفتيت المجتمعات القومية والهويات الثقافية .
- كان لظهور الإعلام الجديد أثره الواسع والكثيف على المجتمع وفي كافة الأبعاد .

وقد ترجع محدودية التأثير إلى عوامل ذاتية ترتبط بطبيعته الارتباط بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، ومدى وجود فجوة رقمية بين من يملك الاتصال ومن لا يملكه ، هذا بالإضافة إلى طبيعته علاقه ما يتم إثارته على الفضاء الإلكتروني بالواقع ، والتعبير عن القضايا الأكثر إلحاحا ، والتأثير في وضع أجندة الجمهور وأولوياته. وظهرت ثلاثة أنواع من حملات التأثير في الرأي العام عبر الفضاء الإلكتروني ، ارتبطت بالتطوع أو الحصول على الدعم أو الحشد أو تنظيم فاعليات ، ومن هذه الأنواع

- 1- نوع من الحملات ارتبط بالانتقال من حدث واقعي ليتنقل إلى التفاعل عبر الفضاء الإلكتروني.
- 2- نوع آخر من الحملات ظهر كفكرة داخل إحدى التجمعات الإلكترونية بأنواعها ، المختلفة ليطم التفاعل معها وانتقالها بين مختلف مستخدمي المواقع الاجتماعية والإنترنت بصفة عامة .
- 3 أما النوع الثالث الذي يفترض أن يكون الحملات الإلكترونية مواكبة لحادث تفاعلي على أرض الواقع. مثل تلك الحملات التي تتعلق بالتوعية ، مثل حملة التبرع بالدم ، أو جمع التبرعات لمنكوبي غزة ، أو غيرها .

أرماندو سالفاتوروي ونقد نظرية هبرماس :

وقد انتقدت نظرية هبرماس في المجال العام من قبل العديد من المفكرين ، وذلك لأنها قللت من الفروق القومية والتاريخية بين النماذج المختلفة للمجالات العامة الحديثة ، وعدم اهتمامها بالتداخل المعقد بين المجالات المحلية والقومية وغبر القومية ، واتسمت نظرية هبرماس بالمنحى المعياري في توصيف المجال العام ، على أنه متفرد في الحضارة الغربية.

حاول سالفاتوروي أن يقدم نظرية جديدة على أنقاض نظرية هبرماس ، التي تصلح في المجتمعات العلمانية الغربية ، بينما في غيرها فهو يرى أن للأديان تأثير وللطبقات الاجتماعية والعائلية والعلمية دور في بناء المجال العام ، فلا يمكن أن نعتبر الناس كلهم في مستوى واحد ، بخصوص الاقتراحات التي يقدمونها ، فهو يرى أن الأشخاص تختلف قدراتهم بحسب المصادر التي يأخذون منها ، فهو يعير اهتماما للمستويات المختلفة وللمكانة الدينية بين الناس.

نموذج المجال العام من المنظور الإسلامي في نظر ارماندو سالفاتوروي :

1- أن الإسلام أسس لمفهوم الأمة ، فهي أمة عالمية حقيقية تؤمن من خلال القرآن بالأوامر والنواهي ، للتمييز بين الخير والشر، ويجب على الإنسان أن يتصرف وفقاً للإرادة الإلهية ، ووفقاً لطاعة أوامر الله؛ فالقرآن يهتم بإنتاج الفعل البشري خدمة وحباً لله.

- 2- يذهب سالفاتوروي إلى أن تراث الإسلام مأخوذ من مصدرين أساسيين هما : الكتاب والسنة.
- 3- وقد أسهم الفقه في صياغة المجال العام في الإسلام ، وذلك من خلال عمل الفقهاء ، ودراساتهم حول الشريعة عبر عملية الاجتهاد والقياس ، التي تم التأصيل لها في القرنين الثاني والثالث الهجريين.
- 4- يركز سالفاتوروي على دور الخطاب النبوي الوعظي في صياغة المجال العام الإسلامي.

5- أسهم التصوف، مقابلاً لسلطة الفقهاء ، في صناعة المجال العام في الإسلام ، فقد أسهمت الطرائق الصوفية في بناء علاقات أكثر تكاملية مع مختلف الشرائح ، على اعتبار أنهم يهتمون بالجانب الباطني والارتباط بعالم الروحانيات.

6- وعالج سالفاتوري دور الوقف في صناعة المجال العام الإسلامي.

7- ويعالج سالفاتوري أهمية فكرة المصلحة في علم أصول الفقه ، وارتباطها بمسألة المجال العام.

ومن الملاحظ أن سالفاتوري في كتابه عن المجال العام حاول أن يفكك بناء المركزية الأوروبية ، كما وردت في نظرية هيرماس حول المجال العام ، في قوله إن هناك مجالات عامة متعددة ، منها المجالات التي جاء بها التراث الإبراهيمي ، والمجال العام الذي أرسى دعائمه المسيحية في العصور الوسطى الأوروبية ، ثم المجال العام الذي ساد في الحضارة الإسلامية ، والمفاهيم السائدة فيها ، وهذا بخلاف المجال العام الذي صنعته الحضارة الأوروبية ، التي صاغته الطبقة الوسطى ، وما كان يهمنا من هذا العرض بالدرجة الأولى هو الوقوف عند دور الحضارة والثقافة الإسلامية في تأسيس نظرية خاصة بها في المجال العام.

المجال العام في مواجهة الهيراركية :

ويعتمد المجال العام على حرية الدخول والتحول إلى الطابع العالمي كلما أمكن ، وكذلك درجات التحرر التي يتمتع بها المواطنون ورفض الهيراركية (الرتب والدرجات) ، حيث يُمكن لأي فرد المشاركة على قدم المساواة في المناقشات ، والحوار وإبداء الرأي في مختلف القضايا التي تخص الرأي العام .

إن نظام الهيراركية في المجال الإداري والسياسي والديني وغيرها ، من الوظائف الخدمية يجعل من البشر درجات ورتب ، العليا تهيمن على الدنيا بما أوتيت من سلطة وقوة ، بخلاف جانب المجتمع المدني الذي يود فيه كل شخص أن يبدي رأيه في مختلف القضايا التي تهم الصالح العام ، ففي عصر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي نجد رئيس الدولة مثلاً ، وأعلى رتبة في الجيش وزعماء العالم يمتلكون صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي ، إذ يمكن لأي كان من الجمهور أن يخاطبه على المباشر ، وي طرح انشغالاته ، دون واسطة ، ما يجسد مبدأ الديمقراطية التشاركية ، غير أن الكثير من القادة والسادة ورجال الدين يرفضون أن يكونوا في مستوى الأشخاص البسطاء ، وكيف لهم أن يكتبوا في صفحة واحدة ويرد بعضهم على بعض في حوار مباشر ، رغم أن النظرية البيروقراطية في الإدارة ل(ماكس فيبر) ترفض هذا ، وكذلك السلطة الدينية في بعض الأديان تقف معادية لهذه النظرية ، فنجد في الديانة اليهودية هذا التسامي لرجال الدين من الأحرار والرهبان ، وكذلك في الديانة المسيحية التي تعطي للبابا سلطة لاهوتية ، ونجد ذلك أيضا في بعض النظم الإسلامية ، كنظام الملالي الذي يعطي للإمام الحق المطلق في الحكم على القضايا ، رغم أن في شريعة الإسلام عموماً دعوة إلى التساوي بين الجميع في الحقوق والواجبات ، ومن حق أي كان أن يقترح وينتقد ، وليس للجميع إلا أن يناقش بحدوء وتوأدة.

قال تعالى: ((يأيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم (...)) 70
الأحزاب

ويرى **Habermas** أن المجال العام يتشكل ويتكون من خلال إتاحة ساحات ومنتديات للنقاش ، في القضايا السياسية تعمل على إعادة تنظيم وبلورة الآراء المعروضة بشأن القضايا وترشيحها وفق جدارتها، ووفق ما تحظى به من اهتمام عام من قبل المشاركين في النقاش. ويُقسم **Habermas** النظام المجتمعي إلى ثلاثة أنظمة فرعية:

1- النظام السياسي،

2- 2- أنظمة وظيفية كالتعليم والصحة والخدمات، 3-

3- 3- والمجتمع المدني.

ويعمل المجال العام على ربط حالة التفاعل بين هذه الأنظمة ، وهذا المجال العام الذي يتمتع بالاستقلالية يكون قادراً على إدارة النقاش وترشيح الآراء المقدمة وتنقيتها وبلورتها لتكون في النهاية ليست مجرد آراء مطروحة ، بل آراء لها أولوية وتقدير ، وتُعبّر عن حالة النقاش العام التي دارت من خلاله. وتقوم نظرية "المجال العام" على وصف وشرح عملية تشكيل الرأي العام ، والمؤشرات الاجتماعية والثقافية التي تساعد على تطوير الرأي العام ، ويتوسط المجال مجالات السلطة العامة والحكومة والمجال الخاص الذي قد يُركز على الشؤون الخاصة بالأسرة والأفراد، وقد نشأ المجال العام في المجتمعات البورجوازية الأوروبية في القرن الثامن عشر ، وكانت تُمارس من خلاله المناقشات حول السياسات الحكومية ، وفي إطاره تبلورت اتجاهات الرأي العام.

المحاضرة السادسة: بعض نظريات الاتجاهات والرأي العام.

أولاً: النظرية السوسيوومترية لـ(مورينو) في العلاقات الاجتماعية

يتكون لفظ سوسيوومترية (Sociometry) من شقين: أحدهما لاتيني والأخر يوناني ، وهما (Metrum) & (Socius) : ويعني هذا اللفظ قياس العلاقات الاجتماعية ، أو قياس العلاقات بين الأصدقاء ، ويرى مورينو مؤسس السوسيوومترية أنها نظرية ، وموضوع بحث وطريقة لجمع البيانات ، وتحليل النتائج ، ويعتبر عاملاً مشتركاً في كل العلوم الاجتماعية ، وتهدف إلى الكشف عن ديناميات الجماعة مثل شبكة العلاقات بين الأشخاص ، من تجاذب أو تنافر ، وبناء الجماعة ، وتستند الأساليب السوسيوومترية والسيكودراماتيكية إلى نظرية مورينو في التلقائية والابتكار ، وفهم هذه النظرية ضروري لكل باحث يريد الاستعانة بهذه الأساليب في دراسة العلاقات الاجتماعية ، أو لأغراض تشخيصية وعلاجية .

ماهية القياس السوسيوومتري : ويقصد به المدخل العلمي لقياس العلاقات الانسانية ، واتجاهات الجمهور نحو مختلف الظواهر ، ثم التعبير عنها بطريقة كمية ، وينسب هذا المقياس إلى صاحبه J.L. Moreno (جان لويس مورينو-1892-1974) أو يسمى جاكوب مورينو ، ورغم العيوب التي اعترت هذا الأسلوب المتعلق بقياس الظواهر الاجتماعية ، إلا أنها لا بدليل عنها لقياس المشاعر والأحاسيس ، ورغبات الأفراد ، بطرح مجموعة من الأسئلة على المستجوبين ، ثم يجيب عنها ، مع الأخذ بعين الاعتبار للارتباط النسبي الذي يمكن أن يقع فيه المستجوب ، فلو اجريت اختباراً معيناً على شخص معين أو أشخاص ثم أعدت الإختبار في فترة زمنية محددة ، فإن الاجابات ستجدها متطابقة ، ومع ذلك تجد نسبة خطأ معينة لا تزيد عن 5 بالمائة إلى 10 بالمائة (0.90) فإن كانت أكثر دل ذلك على أن هناك خلل ما سواء في الأسئلة المطروحة أو في الشخص المستجوب ، خاصة ما يتعلق بفهم السؤال او ترتيبه ، أو نحو ذلك مما يتطلب حذفاً له أو إعادة صياغة .

تعريف الاختبار السوسيوومتري : هو مجموعة من الأسئلة تستفهم المفحوص عن اختياره ، أو رفضه لأعضاء الجماعة التي ينتمي إليها ، بالنسبة لمواقف اجتماعية محددة ، وبطبيعة الحال فإن ذلك يتضمن بالضرورة ترتيب الأعضاء حسب اختياره أو رفضه

- إن المقياس الاجتماعي الذي أوجده مورينو لا يدرس الفرد منفصلاً عن غيره ، ولا عن الجماعة ، ولا الجماعة تعني استقلالية أعضائها ، وإنما هي دراسة للعلاقات المختلفة الدائمة بين الأفراد ضمن الجماعة الواحدة ، حيث تتمثل هذه العلاقات بالثقة بالنفس ، والتعاون فيها بين أعضائها ، وشعورهم بالانتماء ، والمثابرة لتحقيق أهدافها، وحتى يفي الاختبار السوسيوومري بفرضيته ، يجب أن يتوافر فيه الشروط التالية:
- 1- يجب أن يجري الاختبار في جو يطمئن أعضاء الجماعة ، من ناحية عدم إفشاء أو إذاعة استجاباتهم مهما كانت النتيجة.
 - 2- يجب توضيح حدود الجماعة للأفراد ، بمعنى أن يفهم الفرد جيداً من أين يكون اختياراته أو رفضه.
 - 3- يجب تحديد الموقف الاجتماعي الذي يراد من الفرد أن يختاره أو يرفضه.
 - 4- يجب أن يكون الموقف الاجتماعي موقفاً حقيقياً ، بمعنى أنه يكون ذا صلة حقيقية بحياة الجماعة.
 - 5- يجب على القائم بالاختبار أن يراعي في تعليمات الاختبار إعطاء الفرصة للأفراد، أن يختاروا أو يرفضوا أي عدد يشاؤون دون التقيد بعدد معين.
 - 6- يجب أن يلاحظ أعضاء الجماعة أن هناك أهمية للاختبار الذي يطبق عليهم ، فيصبح لزاماً على القائم بالاختبار أن يأخذ في اعتباره اختيارات ورفض أعضاء الجماعة عن إعادة تنظيمها ، أو القيام بأي نشاط يستدعي العمل الجماعي.

وفي ضوء هذه النظرية فإن الباحثين في دراساتهم للروح المعنوية ، يرون أن قياس الروح المعنوية كنمط لدراسة الفرد أو الجماعة يجب أن يعتمد أحد منهجين أو كلاهما في قياسها وهما:

- 1- الاستبيانات : وتشمل مجموعة فقرات تنصب على مفهوم الروح المعنوية ومجالاتها.
- 2- المقابلات الفردية لأعضاء الجماعة التي يراد قياس ، أو التعرف على مستوى الروح المعنوية فيهم.

ثانياً : نظريات ادراك الراي العام :

1- نظرية تأثيرية الأخرين (فرضية الشخص الثالث) :

لصاحبها فيليبس دافيسون لسنة 1983 ، حيث استند دافيسون إلى جملة من الملاحظات والتجارب جعلت من هذه النظرية ميداناً خصباً للدراسات الإعلامية .
ويقصد بها التوجه بالخطاب إلى جهة ما ، لها علاقة بأفراد لهم نفس التوجه ولكن بإثارة بعض النقاط التي يختلف فيها الطرفين والاستفادة من نتائجها .

وقد استند صاحب النظرية إلى الدعاية اليابانية ضد الأمريكيين في الحرب العالمية الثانية ، حين اسقطت القوات اليابانية منشورات تدعو فيها السود إلى الاستسلام والانسحاب ، وكل ما في الأمر أن الأمريكيين معظمهم من ذوي البشرة السوداء ، ولكن يرأسهم رجل أبيض ومضمون المنشورات ، دعوة السود إلى التمرد عن البيض لأن اليابانيين ليس لديهم مشكل مع السود ، بل لا يجب أن يضحي الرجل الأسود من أجل الرجل الأبيض ، وإلا كيف لرجل أبيض أن يقود أغلبية السود .

النتيجة : الانسحاب فعلا : حين أمر الضباط البيض بالانسحاب خشية أن يكون لهذه المنشورات تأثير سلبي على الرجل الأسود (معظم الجيش) ، مما قد يؤدي إلى الانتقام من البيض لأن عامل العنصرية له قوته أكثر من الحرب ، فكانت الهزيمة نفسية.

تسمى هذه القضية بفرضية الشخص الثالث ، يرى أن الناس يميلون إلى إدراك أن رسائل وسائل الإعلام لها تأثير أكبر على الآخرين أكثر من أنفسهم ، على أساس التحيزات الشخصية ، وبسبب هذا التصور يميل الناس إلى اتخاذ إجراءات لمواجهة تأثير الرسائل ، ويتجلى تأثير الشخص الثالث من خلال المبالغة في تأثير الرسالة الجماعية على الرسالة الأخرى المعقدة والتقليل من شأن رسالة الرسائل الجماعية على انفسهم .

*وفي سؤال وجهه دافيسون الى الصحافة حول امكانية تأثير وسائل الاعلام ، في تشكيل اتجاهات نحو هذه السياسات اجاب الصحفيون : بأن مثل هذه المواد الاعلامية قد يكون لها تأثير ضئيل للغاية على امثالنا الشخص الاول ، وعلى امثالكم الشخص الثاني ولكن القارئ العادي الشخص الثالث سوف يتأثر بها كثيرا .
ومن خلال ملاحظات اخرى للباحث دافيسون ضبط هذه الفروض :

الفرض الادراكي :

تفسيرات الفرض الادراكي :

1- التفسير القائم على فكرة التفاؤل: وصاحب هذا التفسير هو : وينشتاين **weinstion** ملخصه :
-الأفراد بصفة عامة يعتقدون أنهم أقل احتمالا للتأثر بالأحداث السلبية مقارنة بالآخرين ، ويعتقدون أنهم أكثر احتمالا للتأثر بالأحداث الإيجابية مقارنة بالآخرين ، ويعتقدون أنهم أقل قابلية للاختراق ، أو للتعرض للأخطار مقارنة بالآخرين ، وهو ما يسمى بوهم التفوق .

التفسير القائم على النسبية :

لصاحبه جانثر **gunther** يقوم على أساس ومبدأ الخطأ النسبة الرئيسي الذي يحدث عندما ينسب الافراد تصرفاتهم الايجابية لعوامل مزاجية وينسبون تصرفاتهم الاخرين لعوامل موقفية ، وفي حالة التصرفات السلبية يحدث العكس بالنسبة للفرد ، إذ ينسب الفرد تصرفاته لعوامل موقفية وتصرفات الاخرين لعوامل مزاجية

التفسير القائم على التهوين والتهويل :لصاحبه بيرلوف **perloff**

فكرة التهويل : الأفراد يبالغون في تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين .

فكرة التهوين : الأفراد يقللون من تقدير تأثير وسائل الاعلام على أنفسهم ، ولكل فكرة من هاتين الفكرتين منطقتها ومبرراتها .

نتائج اختبار الفرض الادراكي : أجرى عدة باحثين دراسات مختلفة ، في مجتمعات دراسية مختلفة ولكن أثبتت هذه الدراسات صدق وثبات الفرض الإدراكي فمن ضمن ستة عشر دراسة ذكرها بيرلوف ، وجد واحدة فقط لم تثبت صحة هذه الفرضية .

الفرض السلوكي : صاغه دافيسون إلى أن : اعتقاد الأفراد في كون الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بهم ، سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التي يعتقد أنها صادرة أو على الأقل يتم ادراكها والنظر إليها ، على أن لها تأثيرات سلبية على الآخرين .

الأسس النفسية والمعرفية للفرض السلوكي : يكمن ذلك في ضوء :

أ/ التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية : لصاحبها : روجرز rogers إلى أن الحكم على درجة ومدى قابلية الشخص للتأثر بالحيط وتقييمه لقوة هذا التهديد قد يدفعانه مجتمعين إلى اتخاذ سلوك وقائي للسيطرة على هذا الخطر ، أو التهديد ، ومن هذا المنظور فقد يصبح تأييد فرض الرقابة على وسائل الإعلام في نظرية تأثيرية الآخرين ، هو مجرد استجابة تكيفية للتعامل مع الخطر أو التهديد ، الذي تمثله وسائل الإعلام .

ب/ التفسير القائم على مفهوم الوالدية : يقدم هذا المفهوم التبرير العقلاني للعلاقة بين الوسائل الإعلامية غير الأخلاقية وتأييد فرض الرقابة ، حيث يقوم الأفراد بأعمال تصحيحية لتحمي الآخرين ، فكأن الأب هنا هو الرقيب على المضامين الإعلامية لأنه الرقيب ، يرى أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بالمواد غير الاخلاقية مقارنة بأنفسهم فيعطى للرقابة شرعية .

نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض السلوكي : لم يحصل حوله اتفاق كما حصل على الفرض الإدراكي فمن أصل 14 دراسة اثبت القليل منها صدق الفرض السلوكي ، ومنها من اثبتت الفرض الإدراكي ولم تثبت السلوكي ، هذا ما أكده بيرلوف من خلال جملة من هذه الدراسات .

المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثيرية الآخرين :

اجريت عدة دراسات تتعلق بالنظر إلى جملة العوامل الوسيطة التي يكون لها تأثير على الرأي العام ، بغض النظر عن المضمون الإعلامي فوجد بأن هناك :

1- متغيرات تتعلق بالمصدر :حين يتم النظر إلى المصدر على أنه متحيز بشكل سلبي ، أو أنه غير أهل للثقة .
2- متغيرات تتعلق بالرسالة : فالرسالة المرفوضة اجتماعيا لكونها تتناول أفلام الرعب أو العري أو غير ذلك يكون لها صدى سلبي عند الاختبار ، فالمضمون السلبي قد يجعل الفجوة تتسع بين تأثيرية الذات والآخرين ، بخلاف المضمون الايجابي .

3- المتغيرات المتعلقة بالمستقبل (الجمهور) : وجد الباحثون أن هناك فجوة بين استغراق المبحوثين في قضية ما من القضايا وارتباطهم بها على الفجوة الادراكية بين تأثيرية الأنا والآخرين ، فقد عرض بيرلوف شريط فيديو يتعلق بالحرب اللبنانية(1982) على ثلاث مجموعات :الأولى مؤيدة لاسرائيل: ترى أن المضمون الاعلامي مؤيد للفلسطينيين ، والثانية مؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية ترى أن التغطية منحازة لاسرائيل ، والثالثة حيادية : أثبتت الحياد .

4-متغيرات خاصة بأداة القياس ، مثلا الاستمارة المبنية بشكل معين في اسئلتها ، قد يراها البعض انحيازاً ،مقارنة بين تأثيرية الذات والآخرين .

2- ظاهرة توهم المعرفة في استطلاعات الرأي العام : ينسب مصطلح توهم المعرفة الى عالم النفس الاجتماعي البورت الذي استخدمه لأول مرة سنة 1924 واشترك في استخدامه مع تلميذه : دانيال كاتز سنة 1931 وفحواه أن : الانطباعات الخاطئة وغير المبررة التي يكونها الأفراد عن مشاعر الآخرين ، وعن معتقداتهم في المواقف المختلفة ، ثم شاع استعمالها في المجالات البحثية ، وخاصة منها دراسات الرأي العام ، حيث يستخدم للإشارة إلى القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية ، ويتفق الباحثون على ان وسائل الإعلام في عصرنا الحديث يمكن أن تكون عاملا على تعميق وجود الظاهرة ، وذلك عندما لا تعكس الواقع بدقة ، بتقديمها لمعلومات مشوهة ومتحيزة ، وبالتالي ستكون لدى أفراد المجتمع مدركات مشوهة وأفكار خاطئة عن طبيعة قضايا المجتمع ، وبالتالي تكون رأيا عاما على هذا النسق .

ثالثا : نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام :

1- نظرية التهيئة المعرفية : تعد المواد الإخبارية من المكونات الأساسية في القنوات التلفزيونية ، وقد تزايد اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية التلفزيونية حيث أصبحت تمثل لهم مصدرا أساسيا يعتمدون عليه في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية ، ويرجع ذلك إلى المصدقية التي تتمتع بها تلك المواد الإخبارية والتابعة من خصائص الوسيلة (الصورة - الصوت - الحركة الآنية).

بهذا تزايد عدد الدراسات حول ما يتعلق بالتغطية الاخبارية ، وتميزت في كون كل دراسة تهتم بجانب من الجوانب ، ومن التأثيرات المعرفية إلى تحليل المضمون ، والمقارنة بين المضامين ، وقد كثر التركيز على تقييم أداء الحكومة والشخصيات السياسية العامة ، ويستفيد منها المسؤولون كثيرا في تسيير دواليب السلطة وتشريع القوانين يهدف لتحقيق الرضا والقبول ، ويعتبر ذلك مؤشرا على شرعية الحكومة من عدم شرعيتها ، وبالرغم من تعدد العوامل المؤثرة على الرأي العام من الدين والثقافة ، والمصالح الشخصية والجماعات الضاغطة فإن معظم الحكومات تعتمد على وسائل الإعلام بشكل أساسي ن حيث تقوم بالتركيز على قضايا معينة مما يؤدي إلى زيادة اهتمام الرأي العام بهذه القضايا وأخذها في الاعتبار عند تقييم ، أداء الحكومة ، وهذا هو جوهر نظرية التهيئة المعرفية .

ب- نظرية الاستجابة المعرفية :

هذه النظرية لصاحبها : جرينولد حيث دمج بين نظريات تشكيل الاتجاهات ونظرية جديدة سماها نظرية الاستجابة المعرفية ، حيث ظهرت نماذج قائمة على الاستجابة المعرفية ، ومنها نموذج احتمالية أعمال العقل للباحثين : بيتي وكاسيوبو سنة 1986 ، حيث قدم تفسيرات لعديد من الظواهر النفسية والاجتماعية القائمة على الاستجابة المعرفية ، وتعبير نموذج احتمالية أعمال العقل خلاصة الانتاج العلمي في دراسة الاتجاهات على مدى 80 عاما .

*كما ظهر أيضا نموذج : التلقي - القبول - العينة سنة 1992 وهو نموذج لتشكيل اتجاهات الرأي العام على المستويين الفردي والاجتماعي لصاحبه زيللر .

1- نموذج احتمالية اعمال العقل : ويسعى هذا النموذج إلى التكيف مع البيئة المحيطة ، ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينهم في الجهود العقلية الذي يحتمل أن يبذلوه في معالجة الرسائل التي تستهدف تغيير اتجاهاتهم ، بالنظر إلى معالجتهم للمعلومات الجديدة التي يتعرضون إليها بأسلوب عقلائي ، عندما يسلكون الطريق المركزي في معالجتهم للمعلومات أما السالكين للطريق الهامشي ، فإنهم يسلكون طرقا مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التي يتعرضون لها ، دون بذل مجهود عقلي .

2- نموذج التلقي-القبول-العينة:

يحاول هذا النموذج الجمع بين مزايا اتجاهين مختلفين في تأثير وسائل الإعلام .
الاتجاه الاول : يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على مستوى الجمعي ، والتغيرات التي تحدث في مستوى وسائل الاعلام فيسعى إلى قياس تأثير كل من الاتجاهات على الرأي العام .
الاتجاه الثاني : يركز على ديناميكيات تغير الإتجاه على المستوى الفردي من مرحلة التلقي إلى مرحلة القبول عبر فترات زمنية متعددة ، ويقيس في ذلك الفروق الفردية .

مراحل النموذج : يتضح من هذا النموذج أن عملية تغيير الإتجاه تمر بثلاث مراحل :

المرحلة الاولى : هي تلقي الرسائل الاعلامية وتشمل على متغيري التعرض والفهم .
المرحلة الثانية : هي قبول أو عدم قبول هذه الرسائل ، مبنية على متغيرات المرحلة الأولى .
المرحلة الثالثة : تغير الاتجاه أو ثباته ، فإن كان هناك ثبات وإلا فإن التغيير إما أن يكون نحو التحول أو التلاشي .

الصفوة في تشكيل الرأي العام (قادة الراي) : إن مشاركة المثقفين وكبار الإعلاميين والسادة في مناقشة قضية من القضايا يساهم بشكل كبير في توجيه وصناعة الرأي العام ، وهو ما أكده بيچ وشايروديمبسي -page 1987shapiro dempsey .

4- نظريات تغيير الاتجاهات :

1- نظرية التعلم : بما أن الاتجاهات في عمومها مكتسبة ومُتعلمة ، فإنه يمكن توظيف قوانين التعلم الشرطي والحواري بعناية في عملية تغيير الاتجاهات .

وينسب هذا المنحى إلى صاحبه (كارل هوفلاند) . وفرضيته : أن الاتجاهات متعلمة بنفس الطريقة التي

نتعلم بها العادات الأخرى ، فكما يكتسب المعلومات فهو أيضا يتعلم المشاعر والقيم المرتبطة بها ، فعندما نتعرض لأشياء ايجابية أو سلبية فإن شعورا ما ينتابنا اتجاه ذلك ، ومنه تأتي عملية التقليد ، حيث نجد أن شخصا ما يقلد غيره إذا تأثر بسلوكياته .

ب- نظرية التفاعل مع عناصر المعرفة : حيث تؤكد هذه النظرية على أن عملية تغيير الاتجاه تحدث عند حصول

الفرد على معلومات جديدة ومن ثم يقوم بإدراكها, فتدخل في عملية تفاعلية مع معلوماته ومعتقداته السابقة.
ج- أسلوب وضع القدم في الباب : وهو تعبير عن ترك باب الحوار والجدال مفتوحًا بلا هوادة , حتى لو تحوّل إلى جدل بيزنطي مع الشخص المراد تغيير اتجاهه , إن هذا العامل يعتبر من العوامل المهمّة والحيوية في تغيير اتجاه الفرد أو الجماعة , لأنه كلما شعر بأنه قد تم ازدرأؤه فإنه سيستجيب لا إرادياً ليكون في رحلة لا نهاية لها من محاولة إثبات البراءة .

د- استغلال مشاعر الخوف والقلق : إن وجود أحداث ما تثير لدى الأشخاص مشاعر الخوف القلق , من شأنه أن يكون لديه استعداد ليغير اتجاهه نحو قضية ما من القضايا التي تخالف الواقع المولد لهذه المشاعر.
هـ- أسلوب التوريط : وهذا النوع يعتمد على توريط الشخص المراد تغيير اتجاهه في موقف ما أو علاقة معينة , كما تقوم بعض الدول في توريط الدول المعادية بعلاقات اقتصادية حيوية , وتشبيكها بعقود ضخمة , ومن ثم يتم توظيف هذا الموقف في فرض اتجاه جديد عليها , أو تعديل وتغيير اتجاهاته السابقة.

و- الإعلام : يلعب الإعلام دوراً هاماً في تكوين الاتجاهات وتغيير السلوكيات , كوسيلة من الوسائل الاجتماعية , ويساهم أيضاً في النمو النفسي للفرد , وترسيخ العقائد والقيم , أو محاولة نقدها وتصحيحها.

المحور الثاني : الجانب المنهجي

المحاضرة السابعة : العينات في البحث العلمي

Samples in scientific research

تعريف العينة : هي جزء من المجتمع الأصلي ، ويفترض فيها أنها تمثله تمثيلاً صحيحاً ، بحيث كل فرد من أفراد المجتمع تكون له نفس الفرصة في الظهور مع غيره .

إن مرحلة تحديد مجتمع البحث تعتبر من أهم الخطوات المنهجية في الدراسات النفسية والاجتماعية ، فأول خطوة يواجهها الباحث في الدراسات الميدانية هي تحديد مجتمع البحث ، وبعد تحديده يجد مشكلة هل سيعتمد أسلوب الحصر الشامل لكل المفردات أو يلتزم بتحديد العينة المناسبة .

أسلوب الحصر الشامل : هو الطريقة التي تتميز بالدراسة الشاملة لجميع مفردات البحث التي تشكل المجتمع ، حيث يتم الحصول على البيانات من جميع أفراد المجتمع دون ترك أي مفردة ، ومن أهم صور هذه الطريقة : الإحصاءات المراد منها حصر كل من تتوفر فيهم مواصفات معينة ، ولهذا الأسلوب مزايا نذكر منها :

- 1- إن النتائج المتحصل عليها بهذه الطريقة تكون دقيقة ، ويمكن للباحث أن يثق في كفاءتها بدرجة كبيرة .
- 2- إن استخدام هذه الطريقة يجنب الباحث الوقوع في أخطاء التعميم .

أما عيوب هذه الطريقة:

- 1- إن هذه الطريقة تحتاج إلى تكاليف باهظة ، وإمكانات مادية وبشرية ضخمة .
- 2- يستغرق القيام بالحصر الشامل وقتاً كبيراً في التحضير ، من جهة وجمع وتبويب وتفريغ البيانات من جهة أخرى .

أسلوب طريقة العينة:

وهي اختيار وسحب مجموعة من المفردات من المجتمع الأصلي ، وذلك في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة ، ثم تطبيق الدراسة على هذا الجزء من المجتمع ، ثم محاولة تعميم النتائج على المجتمع الأصلي ، الذي سحبت منه هذه العينة ، وليس من الضروري أن تكون الوحدة التي نختارها هي الأشخاص ، فكثيراً ما نجد عينات وحدتها أسرة أو مزرعة أو محصول من المحاصيل ، أو مجموعة أفراد ، ومن مزايا وعيوب هذه الطريقة ، هي عكس التي أشرنا إليها في أسلوب الحصر الشامل .

خطوات اختيار العينة:

- 1- تحديد أهداف البحث : إذا كان الهدف من البحث هو معرفة قضية محددة في مجموعة محددة ،

فالعينة لا تخرج من اطارها ، بينما إذا أراد تعميم النتائج على كل من يشبههم ، فيجب بعدها إعطاء فرصة لأي كان في الظهور .

2-تحديد المجتمع الأصلي : الذي ستختار منه العينة ، ومنه إعداد القوائم المناسبة للرجوع إليها.

3-أما ما يتعلق بحجم العينة : المراد اختيارها ، فيتوقف على التجانس بين أفراد العينة ، فتكفي عينة صغيرة ، بينما إذا كانت غير متجانسة فينبغي أن تكون العينة كبيرة ، حتى تتمكن من شمول كل الخصائص ، والتجانس يمكن أن يضبطه أهل الاختصاص ، بالنظر إلى الموضوع المطروح ، فقد تكون العينة من الطلبة ، ولكن القضية المدروسة مرتبطة بأشياء ، تخلق التمايز بينهم كون البعض يسكن - مثلا - في البادية ، وآخرين في المدينة ، والموضوع له ارتباط بالمستوى المعيشي ، أو إمكانيات التنقل ، وغيرها ، فبالطبع سنجد فروق ذات دلالة احصائية تعزى إلى مقر السكن ، أو مستوى الدخل أو غيرها ، بينما لو تعلق الأمر ببعض القضايا التقنية المتعلقة بالدراسة ، فإن الفروق تقل بين الطلبة فتعتبر المجموعة متجانسة .

كما يمكن أن نعرف ذلك من خلال استمارة اختبارية توزع على الفئات المختلفة ، وننظر إلى الانحراف المعياري بينها ، فإن كان صغيرا دل ذلك على الإنسجام ، والعكس .

4-إجراء عينة استطلاعية : وهي بمثابة عينة تجريبية ، نختبر فيها مدى امكانية إجراء الدراسة دون نقائص ، كغموض بعض الاسئلة ، أو تكرارها ، أو عدم مناسبتها ، ومدى كفاية حجم العينة المختارة للدراسة.

أخطاء العينات:

1- خطأ الصدفة : فلو أردنا أن نختار معدل النقاط المتحصل عليها الطلبة ، وأخذنا صدفة طالبين من أصل 20 طالبا وكانت نتائج الطلبة تمتاز بالتشتت ، فأغلب الظن ألا نحصل على معدل مناسب من طالبين ، بينما لو كانت النتائج متقاربة - مثلا تتراوح بين 10 و 12 فإن أي نقطتين لطالبين بالصدفة يمكن أن يكون معدلها أقرب إلى معدل جميع الطلبة .

2- خطأ التحيز : عندما لا نعطي الجميع فرصة في الظهور ، بالطرق العلمية.

طرق اختيار العينة : هناك عدة طرق تسحب بها العينة من المجتمع الأصلي ، لإجراء الدراسة عليها ، وعموما فإننا نستطيع تقسيم أنواع العينات إلى قسمين وهما:

أولا :المعاينة الاحتمالية:

وتشتمل على الأنواع التالية1- : العينة العشوائية البسيطة 2- العينة العشوائية المنتظمة 3- العينة العشوائية الطبقيية

4 -العينة العشوائية المتعددة المراحل.

ثانيا:المعاينة اللااحتمالية :

وتشتمل على ما يلي

1- العينة العارضة 2- العينة العمدية أو المقصودة 3- العينة الحصصية.

أولا : المعايير الاحتمالية:

1- العينة العشوائية البسيطة :

وتعتمد طريقة السحب بالقرعة ، حيث تكتب أسماء المعنيين ، ثم تسحب منهم بالقرعة العدد المراد ، أو نعطي لكل اسم رقم معين ثم نقوم بعملية السحب ، بالإرجاع أو عدم الإرجاع ، وعموما فهناك طرق احصائية متعددة لهذه العينة ، المهم أنها تعطي الفرصة لأي كان في الظهور ، وتعتبر هذه الطريقة أبسط الطرق في اختيار العينة ، ولكن الشيء الملاحظ هو أن هذه الطريقة أي الاختيار عن طريق العينة العشوائية البسيطة لا تصلح عندما يكون حجم المجتمع الأصلي كبير ، مثلا بالآلاف أو بالملايين .

ومن عيوبها أنها لا تضمن تمثيل الاختلافات في المجتمع ، مثل أن يكون لدينا فصل دراسي يوجد به الجنسين الذكور والإناث فيحتمل أن تكون العينة كلها ذكور أو كلها إناث ، فلذلك يلجأ الباحثين إلى جداول الأرقام العشوائية كما يلجأ الباحثين إلى العينة الحصصية أو العشوائية الطبقية ، عندما يتطلب البحث تمثيل العينة للمجتمع حسب المتغيرات المطلوب دراستها ، أي دراسة تأثيرها .

2- العينة العشوائية المنتظمة:

وهي تقوم على العشوائية والانتظام في اختيار المبحوثين ، وتصنف هذه الطريقة ضمن العشوائية لأن اختيار المفردة الأولى يكون عشوائيا ، أما الباقي فتختار بانتظام ، ولتوضيح ذلك نعطي مثلا .

لتفرض أنه لدينا قسما مكونا من خمسين طالبا ، ونريد سحب عينة من عشرة طلبة ، فإننا نقوم بما يلي :

-نحسب أولا المدى ، بقسمة المجتمع على العينة $50/10 = 5$

-نختار من الخمسة الأولى رقما بطريقة عشوائية ، وليكن الرقم 2 ثم نواصل السحب بطريقة منتظمة في باقي الأعداد $5+2=7 = 5+7=12=5+12=17=5+17=22=5+22=27=5+27=32=5+32=37=5+37=42=5+42=47$.

3- العينة العشوائية الطبقية : وهي قسمان : التناسبية وغير التناسبية

1:التناسبية : وهي تعني تقسيم المجتمع إلى فئات كل فئة تضم المفردات المتجانسة ، ومن بين كل فئة يتم سحب المفردات المطلوبة .

مثال : إذا أردنا سحب عينة من طلبة قسم الاعلام المتكون من 1000 طالب منهم ، 700 في مرحلة الليسانس ، و 300 في مرحلة الماجستير ، فإن سحب عينة طبقية منهم تتكون من 100 طالب تستدعي إعطاء كل مستوى ما يناسبه ، فإننا نعلم القاعدة الثلاثية :

الليسانس

1000 ← 700 ← 100 ← س يستلزم أن : $100 \times 700 = 70000$ /

70=1000

وبنفس الطريقة نجد عدد نستخرج طلبة الماجستير وهم 30

وهذا ما يسمى بالتوزيع الطبقي المناسب ، وهناك توزيع آخر يسمى الأمثل ، ولا يمكن الحصول عليه إلا إذا كنا نعرف الانحراف المعياري لكل فئة .

ب : غير التناسبية : وهي التي تقسم الحصص بالتساوي :

فلو فرضنا أن العينة من الطلبة مكونة من 100 مفردة ، مقسمة بين الليسانس والماجستير ، فنقسمها مباشرة 50 ليسانس و 50 ماجستير.

4- العينة العشوائية المتعددة المراحل : وتسمى أحيانا بالعينة المساحية ، ويلجأ الباحثون إلى هذه الطريقة عندما يكون حجم المجتمع كبيرا ، وتنتشر المفردات على مساحة جغرافية واسعة ، وليس هناك قوائم شاملة للمفردات.

لفرض أننا نريد أن نجري دراسة على اتجاهات طلبة الجامعة الجزائرية نحو قضية معينة ، فإننا نختار جامعتين أو أو ثلاثة أو أربعة حسب ما نراه ممثلا للمناطق بطريقة عشوائية ، ثم نختار من كل جامعة كلية أو كليتين حسب ما يحقق الهدف من الدراسة بطرق عشوائية ثم إلى الأقسام والأفواج ، وهكذا حتى نحصل على العينة المرادة ، ويمكن أن نختار العينة في مرحلة من المراحل بأنواع أخرى من العينات مثل الطبقيّة ، والمنتظمة ...

ثانيا: المعايير الاحتمالية (غير لعشوائية):

وهناك عدة أنواع للعينة غير العشوائية:

1- العينة العرضية أو عينة الصدفة : وهي تعني أن يختار الباحث الأشخاص الذين يصادفهم ، كأن يذهب إلى التجمعات أو المؤسسات ويجري المقابلات مع أي شخص يصادفه ، ولا يمكن الاعتداد بنتائج هذا الاختيار ، ويلجأ إليها في حالات معينة منها:

أ- السرعة في الإنجاز : لأنها لا تتطلب أي إجراءات ، ب- يلجأ عليها في البحوث الاستطلاعية أو استطلاعات الرأي ، وعادة عندما تكون القضية المثارة تهم الجميع ، أ منسجمة نوعا ما .

2- العينة العمدية أو القصدية : أي أن يعتمد الباحث إجراء الدراسة على فئة معينة ، وقد يكون هذا التعمد مبنيًا على اعتبارات علمية ن مثلا وجود أدلة وبراهين مقبولة ومنطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع الأصلي ، وفي هذه الحالة تكون نتائج الدراسة مقبولة.

وقد يكون التعمد مبنيًا على اعتبارات غير علمية ، مثلا كسهولة اتصال الباحث بهم ، أو أنهم موجودون قرب الباحث ، أو المكان الذي يعمل فيه في هذه الحالة لا تكون نتائج الدراسة مقبولة علميا.

3- العينة الحصصية : يقصد بالعينة الحصصية التقييد فقط بتمثيل العينة للمجتمع ، على ضوء البيانات التي

توضح خصائص المجتمع ، ولتوضيح هذا نعطي مثلا : لنفرض أنه لدينا مجتمع الطلبة يتكون من مليون ، يتوزعون كما يلي:

700 ألف مرحلة الليسانس و300 ألف ماستر.

500 -ألف ذكور و500 ألف إناث.

وإذا كان عدد العينة المراد سحبها هو 1000 مفردة فإن العينة الحصصية تتوزع كما يلي:

700 مفردة من مرحلة الليسانس و 300 مفردة من الماستر .

350 طالبة و 350 طالب من مرحلة الليسانس ، و150 طالبة و150 طالب من مرحلة الماستر.

4-عينة قطعة الكسرة : ويقوم الباحث باقتطاع عدد معين من المجتمع ، كأن يأخذ أول عشرة أفراد ويطبق عليهم الدراسة ، وهي أضعف أنواع العينات على الإطلاق ، لعدم قدرتها على تمثيل المجتمع ، وعموما تكون بالمجتمعات المتجانسة.

ملاحظة : يلاحظ أن العينة العشوائية الطبقية كأنها مثل الحصصية ولكن الفرق بينهما:

أن الحصصية يختار فيه أفرادها بطريقة قصدية ، أما الطبقية فبطريقة عشوائية.

5-عينة الكرة الثلجية : تختار بطريقة قصدية للأشخاص المراد دراستهم ، ولصعوبة الحصول على أمثالهم ،

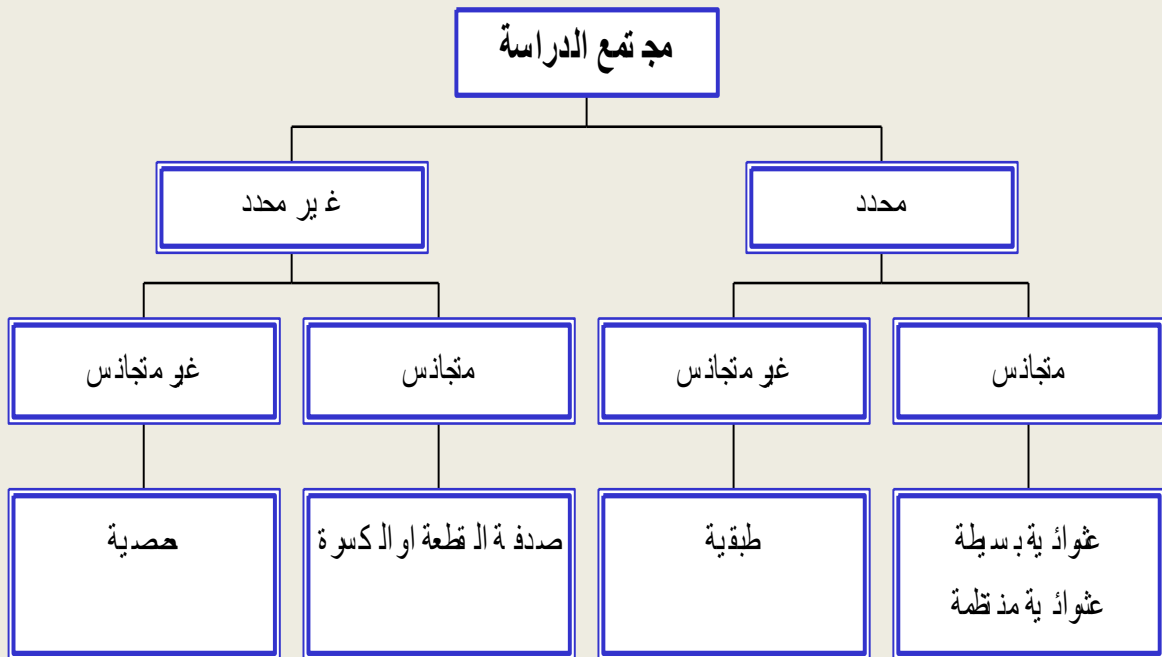
لظروف ما

ككونهم من تجار الممنوعات أو كونهم مجرمين ، فإننا نستعين بأمثالهم ، فلو حصلنا على أحد منهم نوكله بأن

يسلم

الاستمارات إلى أمثاله ويسترجعها هو بنفسه.

انواع العينات



Qualitative methods in public opinion research

البحث الكيفي (النوعي)

تعريفه : هو بحث تفسيري ، يتعامل مع مواد رمزية تحتاج الكثير من التفسير ، وهو عادة يجيب على أسئلة ، ولا يختبر فرضيات ، أي أن البحث النوعي يجيب على سؤال : كيف ولماذا الأشياء تحدث هكذا ؟
والبحث الكيفي تأويلي وتفسيري واستقرائي ، ومتعدد المناهج ، ومعمق ، كما أنه مرن وحساس لخصوصيات المبحوثين ، وسياقهم الاجتماعي ، وهذه المرونة تسمح للباحث أن يتكيف ويعدل ، ويبني منهجيته تدريجياً مع تقدمه في تنفيذ مشروع بحثه.

البحث الكيفي هو قراءة واقعية لحياة البشر كما يعيشونها ، ويحسون بها لا كما يكتب عنها الآخرون ، وفهم معنى الواقع من خلال التفاعل بين البشر ، أي أنه رؤية المجتمع من الداخل .

(عبد القادر عبد الله عراي : المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية ، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر ، دمشق ، 2007 ص 49)

التحليل الموضوعي :

هو أحد الطرق المستخدمة في تحليل البيانات النوعية ، حيث يقوم الباحث بتنظيم ووضع البيانات في موضوعات ، أو فئات محددة ، ثم يقوم بشرحها وتفسيرها تحليلياً ، لإيجاد إجابة عن سؤاله البحثي ، وقد يتم التحليل الموضوعي من خلال التركيز على القواسم المشتركة بين البيانات ، ولكن الموضوع الشائع أو المتكرر قد لا يكون بالضرورة مهماً ، أو ذا معنى في حد ذاته.

وقد شرح كل من براون وكلاارك هذا المنهج في ستة مراحل :

1- غمر النفس في البيانات التي جمعها الباحث حتى تصبح مألوفاً له.

2- كتابة الرموز الأولية للمرحلة.

3- البحث عن الموضوعات الرئيسية/ الفئات/ العناوين.

4-مراجعة الموضوعات المحتملة في المرحلة.

5-تحديد وتسمية الموضوعات.

6-إنتاج التقرير.

أهمية التحليل النوعي (الكيفي) :

تهدف عملية تحليل المعلومات والبيانات الخاصة بالمنهج النوعي (الكيفي) ، والتي تم جمعها عن طريق المقابلة أو الملاحظة أو الوثائق التاريخية إلى تفهّم الباحث لما تنطوي عليه من مدلولات ، وفي سبيل ذلك يتم تبويب وتصنيف وتقسيم البيانات إلى مجموعات صغيرة يسهل التعامل معها ، ومن ثمّ التّعرّف على الأمور والأجزاء المهمة ذات السياق نفسه ، وكذا أوجه الاختلاف ، وقد يبدو للوهلة الأولى أن عملية التحليل الخاصة

بالمادة العلمية وتفسيرها من الأمور الشاقة ، وقد يجد بعض الباحثين العلميين أنفسهم في حالة من الذهول بعد جمع كمّ كبيرٍ من البيانات ، غير أن ذوي الخبرة ، والملمّين بمشكلة البحث أو الموضوع يجدون في ذلك ثروةً هائلةً نحو الانطلاق إلى العمق الفكري والإبداعي ، ومن ثمّ الوصول إلى النتائج المأمولة ، والإجابات الشافية عن تساؤلات البحث العلمي ، وفي البحث الكيفي يكون للباحث الدور الأمثل في التحليل ، على اعتبار أنه وحده الفاهم لموضوعه وإرادة تحليله بالشكل الذي يريده ، من أجل الوصول إلى النتائج التي تحتويها تساؤلاته .

العينات في البحوث الكيفية:

يختلف مفهوم العينة ويتباين بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية ، ففي الوقت الذي نسعى في البحوث الكمية أن نتوصل بالعينة إلى إمكانية تعميم النتائج ، يكون الهدف من العينة في البحوث الكيفية هو الخروج بنظرية جديدة ، أو تطوير النظرية القديمة ، أو فهم الظاهرة محل الدراسة بشكل معمق .

والعينات في البحوث الكيفية عادة ما تكون قصدية غرضية ، لدراستها هي بالضبط ، كونها مرتبطة بظاهرة محددة ، كأن تكون شخصيات معينة ، أو وثائق تاريخية محددة ، أو دراسة حالة محددة كمؤسسة معينة ، لفهم ما في داخلها وعمقها .

وعموماً فهناك نحو أربعة أنواع من العينات في البحوث الكيفية:

الأولى: العينات الشاملة : عندما يكون عدد الأفراد المتصفين بهذه الصفة محدوداً .

الثانية : العينة الواسعة التباين : وتسمى أيضاً عينات الفروق القصوى ، وتختار من بين الأفراد غير المتجانسين في الخصائص ، لتمثيل الفئات المتباينة الرأي ، أو الموقع أو الحالة المبحوثة ، ويطلق عليها عينة الحالات المتطرفة ، كتقسيم الموظفين حسب سنوات الخدمة ، لأنه يرى هذا ما يحقق الهدف من بحثه .

الثالثة: العينة الشبكية أو (كرة الثلج) : التي يحدد فيها الباحث من يستطيع تحديدهم ، ويكمل الباقي في حدود الإمكان ، كأن يكلف من يمكنه أن يلتقي بمن يشبهه في المواصفات .

الرابعة : عينات الحالات الخاصة(نمط الحالة -دراسة الحالة-): ممن يتصفون بمواصفات خاصة ، وهذه لا ترتبط بالعدد وإنما ترتبط بمن يماثلونهم في المواصفات ولو كان قليلاً ، مثل الحاصلون على معدل أكثر من 16 من 20 ، ويريد أن يدرس أسباب نجاحهم .

الصدق الكيفي : يشير إلى درجة استقلالية الإجابات عن الظروف الغرضية للبحث ، أما الثبات فيشير إلى الحد الذي يتم فيه فهمها فهما صحيحاً ، فاستعمال الصدق في التصميمات الكيفية من حيث مؤشر القابلية للتكرار ، لأن إجراء الدراسة يكون في بيئة طبيعية معينة ، ولا يمكن إعادة إنتاج نفس التصرفات من نفس الأشخاص ، لذلك تكون الدراسات الكيفية على العموم معرضة بشكل خاص إلى مشكلة صعوبة أو استحالة تكرارها .

ومع ذلك فهناك من أقر بوجود الصدق في الدراسات الكيفية ، وأقر ذلك ماكسويل ، حيث اعتمد خمسة أنواع من الصدق :

الأول:الصدق الوصفي: أي دقة الوقائع كما هي مرصودة وموثقة من قبل الباحث.

الثاني: الصدق التأويلي : وذلك برصد ردود الفعل من طرف الباحثين ، فيما يتعلق بدقة التأويل وصرامته ، من مختلف الجوانب خاصة اللغوية .

الثالث: توافق التأويل مع النظريات القائمة إن كانت هناك نظريات في الموضوع.

الرابع: الصدق التقييمي: أي إلى أي مدى يمكن تطبيق إطارا تقييميا على مفردات الدراسة ؟ وذلك في مقابل أطر وصفية وتأويلية أو تفسيرية

الخامس: القابلية للتعميم : أي إلى أي مدى يمكن أن تعمم هذه النتائج على ما يشبهها من المواضيع.

الثبات الكيفي : تحديد الثبات عموما يتطلب مدى تمثيل الاستنتاجات للواقع تمثيلا حقيقيا ، وتقدير ما إذا كانت البنى المصممة من قبل الباحثين تمثل أو تقيس مقاطع حقيقية من التجربة البشرية.

ترميز البيانات:

لترميز مخرجات البحث النوعي هناك العديد من الطرق ، ولكننا سنركز على طريقة الترميز الوصفي ، من خلال المقابلة والوثائق والتدوينات ، والصور والفيديوهات ، والملاحظة وهذه الطرق تناسب الباحثين المبتدئين في تحليل بيانات البحث النوعي.

كيفية تحويل الترميزات إلى مواضيع :

هناك ستة من أنواع الترميزات وهي :

1-التركيز على أوجه الاختلاف: أي الأمور التي تحدث بأشكال مختلفة.

2-التركيز على أوجه التشابه: أمور تحدث بطرق متشابهة.

3-التكرار: أمور تحدث بشكل متكرر ، أو دائما كظاهرة يجب دراستها.

4-التسلسل: أمور تحدث بشكل متسلسل.

5-السببية: أمور تحدث نتيجة سبب آخر .

6-التعلق: أمور تحدث مع أنشطة أخرى بشكل مرتبط .

هل يجب تحليل جميع البيانات التي تم جمعها للبحث ؟

يرى بعض الباحثين أن يتم التركيز على البيانات التي نحن في حاجة إليها ، لتعلقها بموضوع الدراسة ، ويرى آخرون أن الاستغناء عن البيانات التي لسنا في حاجة إليها يكون بعد انتهاء عملية التحليل ، لأنه في البداية يصعب التمييز بين ما نحتاجه وما لا نحتاجه.

هيكلية المواضيع من خلال الترميزات :

بعد الانتهاء من كتابة ترميزات البحث العلمي ، ينتقل الباحث لكتابة الموضوعات ، وهي نتائج الترميزات ، وبعد انتهاء الباحث من تحليل البيانات إلى ترميزات صغيرة وكبيرة ، يتم تحويلها إلى موضوعات صغيرة وكبيرة ، يتم ذلك بجمع كافة الترميزات المتشابهة ، والمتماثلة والمتقاربة في موضوع واحد ، ويفضل أن يقوم الباحث بعمل خريطة في ذهنه للمواضيع والترميزات ، لتساعده في مرحلة كتابة نتائج البحث ومناقشة النتائج. في مراحل الترميز الأولى سيكون هناك كم كبير من الترميزات ، وعند مراجعتها سيكون هناك تكرار لعدد من الترميزات يتم دمجها في عنوان وترميز واحد ، وهو يختلف عن الموضوع لأن الموضوع أكثر شمولية ، وهو بمثابة مظلة كبيرة تحتوي على مجموعة من الترميزات.

ويمكن أن تصنف كل هذه المعلومات في صورة جداول ، تصلح حتى للمناقشة الإحصائية إن احتاج الباحث إلى ذلك .

كتابة النتائج:

إن عرض نتائج والوصول لمرحلة مناقشتها ، هو عبارة عن فصل يجمع العرض والمناقشة معاً ، وقد يتم في فصلين مختلفين مستقلين ، أحدهما لعرض النتائج ، والثاني لمناقشتها وتفسيرها ، وتتميز مرحلة كتابة النتائج ومناقشتها في فصل واحد ، باختصار الوقت والجهد على الباحث ، ولكنها أكثر صعوبة ، أما إذا كانت في فصلين مستقلين فهي أسهل في كتابة النتائج والمناقشة.

الغرض من تحليل البيانات النوعية :

تنظيم البيانات وهيكلتها : وذلك في صورة جداول منظمة ومرتبة حسب ترتيب الأفكار التي حددها الباحث.

تفسير البيانات : تبقى تلك الجداول والبيانات صماء ما لم يتدخل الباحث لاستنطاقها ، والبحث في دلالاتها. تحديد النمط : من خلال التفسير الأولي للبيانات تتبين طبيعة الفكرة كونها موجبة أو سالبة ، أو في هذا الاتجاه أو ذاك ، وما المقصود منها...

ربط البيانات الميدانية بالهدف من البحث.
يشكل الأساس استنتاجات قابلة للتحقق.

الفرق بين التحليل الكيفي والكمي :

تحليل المضمون الكيفي :

يقصد به التحليل المتعمق للمحتوى ، لتوضيح الأفكار وتفصيلها ، واستخلاص ما فيها من دلالات ، حتى يتمكن الباحث من وصف شامل للموضوع ، مركزا على استنتاجات سليمة ، باعتماد استدالات منطقية ،

بمعنى التركيز يكون على الأفكار والمعاني وما يقدمه من إضافة في هذا المجال ، بعيدا عن تكميم الأشياء ، إلا على سبيل الاستئناس بها .

الفرق بين المنهجين هو أن تحليل البيانات النوعية يتعامل مع تحليل البيانات الذاتية وغير الرقمية ، بينما يركز تحليل البيانات الكمية على تحليل البيانات ، من خلال الوسائل العددية أو الإحصائية ، وعموما فهو يعتمد نهجين:

الأول : النهج الاستنتاجي:

يتضمن النهج الاستنتاجي لتحليل البيانات النوعية تحليل البيانات القائمة على بنية محددة سلفا ، من قبل الباحث ، تبعا للأسئلة البحثية المعتمدة من طرف الباحث .

الثاني : النهج الاستقرائي:

هو نهج أكثر شمولاً واستهلاكاً للوقت لتحليل البيانات النوعية ، غالباً ما يستخدم هذا النهج عندما لا يعرف الباحث سوى القليل جداً من ظاهرة أبحاثه ، ويمكن الاعتماد على الخطوات الآتية لهذه العملية:

الخطوة الأولى

نسخ جميع البيانات التي تأتي في شكل غير منظم في البداية ، وتحويلها إلى شكل نصي .

الخطوة الثانية : تنظيم البيانات :

تلك التي سجلتها على غرار أهداف البحث ، أو الأسئلة الخاصة بك ، ويمكن أن يكون ذلك في صورة جداول ، ويمكن اعتماد برامج معينة على الحاسوب لهيكلة وتبويب هذه البيانات ، ومن ثم القيام بتحليلها وتفسيرها.

الخطوة الثالثة : ترميز البيانات :

الترميز هو أفضل أسلوب لتحويل بياناتك إلى مفاهيم يسهل فهمها لعملية تحليل بيانات أكثر كفاءة ، يتضمن الترميز في التحليل النوعي ببساطة تصنيف بياناتك إلى مفاهيم وخصائص وأنماط ، ويعتبر الترميز خطوة حيوية في أي تحليل للبيانات النوعية ، ويساعد الباحث على إعطاء المعنى للبيانات التي يتم جمعها من الميدان ، ويمكن اشتقاق الرموز من محتوى البيانات ، بالنظر إلى طبيعة المواضيع ، وتحديد أنماطها.

الخطوة الرابعة التحقق من صحة البيانات :

أي ضمان عدم وجود خلل ، و يشير ذلك إلى أن التحقق من البيانات ليس مجرد خطوة في تحليل البيانات النوعية ، ولكن يجب أن يراعى فيه :

أولاً : الصلاحية : هي كل ما يتعلق بدقة التصميم / والمنهج

الثانية : المصدقية : وهي المدى الذي أنتجته الإجراءات الخاصة من نتائج ثابتة وموثوقة.

الخطوة خامسة : ختام تحليل البيانات :

يعني ببساطة ذكر نتائج الأبحاث الخاصة ، بناءً على أهداف البحث ، وأثناء الانتهاء من البحث ، يجب العثور على رابط بين البيانات التي تم تحليلها والأسئلة على غرار الأهداف البحثية .
الخطوة الحيوية التالية في إتمام تحليل البيانات :

هي تقديم تحليل البيانات في شكل تقرير نهائي ، يجب الإشارة إلى العمليات والأساليب الخاصة بالبحث ، وإيجابيات وعيوب البحث ، وبالطبع قيود الدراسة ، وفي التقرير النهائي ، يجب أيضاً ذكر الآثار المترتبة على النتائج ، ومجالات الأبحاث المستقبلية.

المحاضرة التاسعة : أهم الأساليب الكمية -الصدق والثبات-

Quantitative Methods- honesty and constancy-

الصدق :

تعريف الصدق : أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه.

أو : يعكس الاستبيان المحتوى المراد قياسه وفقا لأوزانه النسبية.

بمعنى : أن العبارة الموجودة في الاستبيان تقيس ما يفترض البحث قياسه بالفعل ، وعموما فالصدق أنواع : ما يسمى بالصدق الداخلي والخارجي ، وصدق بنية المحتوى .

اما الصدق الداخلي : يقتضي ضمان استقلالية الإجابات عن الظروف الخارجية .

مثلا : تجنب كل ما من شأنه أن يؤثر على العملية من الظروف الخارجية : كأن تكون فترة البحث غير مناسبة

اما الصدق الخارجي : فيشير إلى درجة تعميم النتائج في ظروف زمانية ومكانية مختلفة.

اما صدق المحتوى : فيقصد به أن أداة جمع البيانات تغطي كل المجالات المستهدفة تغطيتها ، ومن طرق تقييمها

وجود التمايز بين خاصيتين أو أكثر في الظاهرة موضع الدراسة ، والذي قد يعطي لنا وجود فروق ذات

دلالات إحصائية بين فئتين (الصدق التمييزي) ما يعبر فعلا عن حقيقة وجود فروق فردية بين أفراد العينة

(كأنهم ذكورا أو إناث) أو (سكان ريف وسكان مدينة) ،...والذي قدر الباحث من خلال فرضياته أن توجد

هذه الفروق ، فإذا وافقت الدراسة تنبؤه كانت الفرضية صحيحة ، وإلا لجأ الى الفرضية البديلة ، ويكون هذا

بالنسبة إليه اكتشاف ، حتى يؤخذ بحثه بعين الاعتبار مراعيًا هذه النتيجة .

أنه كثيراً ما يصعب على الباحث التأكد من أن الجيب قد أجاب عن الفقرة أو السؤال بصدق ، وهناك

أسباب كثيرة تعوق الصدق ، وتقلل منه ؛ منها: أن المبحوث قد لا يعرف الإجابة عن السؤال أو الفقرة ،

فيجيب بالتخمين، وقد لا يفكر في الأسئلة أو الفقرات تفكيراً ناقداً ، ولا يتأملها جيداً ، وقد لا يفهم

التعليمات فهماً صحيحاً ، وقد يخشى قول الصدق ، أو قد يشعر أن الفقرة أو السؤال شخصي جداً في

طبيعته.

ويعتبر صدق المحكمين أو استطلاع آراء المحكمين الخبراء من أكثر طرق الصدق شيوعاً وسهولة ، وأشهرها

استخداماً لدى الباحثين ، ولكنها ليست دقيقة ، لأن بعض المحكمين قد لا يكون مخلصاً أميناً في تحكيم

الاستبيان ، وصدق المحكمين هو أن يختار الباحث عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة

موضوع الدراسة ، ويطلب منهم تصحيح الفقرات ، أو الحكم عليها بأنها مرتبطة بالبعد الذي تقيسه أم غير

مرتبطة.

هناك أنواع أخرى من الصدق:

أ -الصدق الظاهري : إذا كان مظهر الأداة يدل على قياس ما وضعت لقياسه.

ب -صدق المفهوم : يتعلق بالبناء المفاهيمي ، أي: أن تقيس الأداة المفهوم موضوع الدراسة.

ج -الصدق العملي : يهتم بتحليل الصفة المقاسة إلى عناصر لمعرفة مدى قياسها للصفة المقاسة.

د -صدق الحك : يعني مدى ارتباط المقياس مع معيار محدد) محك ، فيكون الاختبار ناجحاً إذا كان الحك

صادقاً في الكشف عما جاء به الحك.

ر - الصدق التنبؤي : يعتمد على مدى تنبؤ المقياس بالواقع.

ز - الصدق التلازمي : اتفاق نتائج مقياسين يقيسان نفس الصفة ، وأحدهما معروف بالصدق والثبات.

ملاحظة : يؤكد الباحثون على أن الصدق والثبات يختلف نوعا ما بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية ، وخاصة إذا تعلق الأمر في الميدان الإثنوغرافي (ونعني بالأنثوغرافيا: (الدراسة الوصفية لأسلوب الحياة ، والعادات والتقاليد أو وصف النشاط الثقافي كما يبدو من خلال دراسة الوثائق التاريخية) ، وهي تختلف عن الدراسة الأنثولوجية : التي تعني : علم الإنسان ككائن ثقافي .

الثبات :

يشير الثبات إلى أن الاستقرار في درجات الفرد الواحد على المقياس نفسه ، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج لو كرر تطبيقه على نفس الأفراد في نفس الظروف ، وهو ما يعبر عنه بالاتساق الداخلي .
ونعني بالاتساق أن يكون لهذه البيانات نفس الاتجاه ، والمنطق بغرض إعطاء نتائج متناسقة ، (أي نفس النتائج عند التكرار ، مع الأخذ بعين الاعتبار بعض الظروف الخاصة للأشخاص ، -نفسيا وزمانيا - ، ما قد يحدث بعض الارتباب النسبي ، والمعبر عنه بالانحراف المعياري ، وهذا الارتباب إذا كان في مجال معين يهمل ، ولكن إذا خرج من ذلك المجال فهمنا أن الأفراد المستجوبين في الاختبار الأول والثاني لم تراعى لديهم الظروف الصحيحة ، والدقيقة للاستجواب ، وعندها لا بد من مراجعة بنود الاستمارة ، وكذا الدقة في اختيار العينة مرة أخرى .

ولعل أهم مقياس يمكن استخدامه ما يسمى ب :

1- الاختبار وإعادة الاختبار : بأن نوزع الاستبيان على عينة صغيرة من عينة البحث ، ولتكن 20 فردا -مثلا - من أصل 100 فرد ، وبعد مرور نحو 15 يوما فأكثر نعيد توزيعها على نفس الأفراد ، وفي نفس الظروف ، والنتائج المتحصل عليها في الاختبار الأول والثاني نجري بينها ما يسمى _ معامل الارتباط_ فإذا وجدنا بأن النتائج متقاربة جدا، إن لم تكن متماثلة نسبي : الاستبيان يمتاز بالثبات ، ومن ثم يمكن توزيعه ، والنتيجة في هذه العملية تكون أصغر أو تساوي 1 ، ولا ينبغي أن تنزل تحت 0.9 عموما ، بمعنى : - كلما انخفضت درجة الخطأ المعياري ، كلما كان الثبات أعلى - ، وأحسن نتيجة أن : قيمة الاختبار /قسمة/إعادة الاختبار :تساوي 01 ، وقيمة الاختبار ناقص (-) قيمة إعادة الاختبار تساوي : 0.

وهناك أساليب أخرى نذكر منها :

2- طريقة التجزئة النصفية : لا تحتاج هذه الطريقة إلى تطبيق الاختبار مرتين ولا إلى تصميم صورتان متكافئتان للاختبار وإنما تتطلب تصميم اختبارين متكافئين على أن يحتوي القسم الأول على الدرجات الفردية 1 ، 3 ، 5 ، 7 والقسم الثاني على الدرجات الزوجية 2 ، 4 ، 6 ، 8 . وتمتاز هذه الطريقة بأنها تتغلب على العوامل المؤثرة في أداء الأفراد مثل الوقت والجهد والتعب كما إنها تمتاز بأنها توحد ظروف الإجراء توحيدا كاملا

. ومن الشروط الواجبة إتباعها في تصميم الاختبار عند استخدام هذه الطريقة أن تتكافأ البنود الفردية مع البنود الزوجية . وللحصول على الثبات نستخدم معاملات الارتباط بين درجات كل فرد على البنود الفردية والزوجية ويستخدم بعد ذلك معادلة سبيرمان براون .

معامل الثبات = $2 / r + 1$ حيث أن "ر" ترمز إلى معامل الارتباط بين نصفي الاختبار بطريقة التجزئة النصفية.

وهناك من يقسم الاستبيان إلى نصفين متكافئين دون اعتبار للأعداد الفردية والزوجية ، شرط التكافؤ بين المحاور .

معامل الترجيح :

وهو الذي نعتمده كثيرا في قياس الاتجاه نحو قضية معينة ، بل قل شدة الاتجاه نحو قضية ما ، بل قل شدة الاتجاه (قوي أو متوسط أو ضعيف) ، وذلك عند طرح السؤال حول أفضل شيء لديك - مثلا - : ما هي القناة المفضلة لديك من بين الخمس القنوات المذكورة أو نقول : رتب خمسة من القنوات حسب أفضلية مشاهدتك لها من قائمة هذه القنوات الخمسة؟ : فلكي نحدد أفضل هذه القنوات نستعمل معامل الترجيح ، حيث نضرب المرتبة الأولى في 5 (لأنها 5 قنوات) ، والثانية في 4 وهكذا الى المرتبة الخامسة التي تضرب في 01 ، ونجمع النتائج ونستخرج المتوسط الحسابي بينها ثم نخرج بالترتيب النهائي الحقيقي ، ويتم هذا على مستوى كل العينة التي مثلا تكون 50 فردا .

ت1*ر5+ت2*ر4+....، قسمة عدد التكرارات والنتائج نرتبها تنازليا ونعطي لكل قناة الترتيب المناسب .
مثال: لو فرضنا أن السؤال يتناول مقروئية الجرائد ا+ب+ج+د+هـ: طرح على عينة مقدارها 20 مفردة: جاءت كما يلي : باستخدام مقياس ليكرت والمتوسط الحسابي المرجح.

اسم الجريدة	المرتبة الأولى*5	المرتبة الثانية*4	المرتبة الثالثة*3	المرتبة الرابعة*2	المرتبة الخامسة*1	المجموع	المتوسط الحسابي	الترتيب
أ	45/9	28/7	6/2	2/1	1/1	82/20	4.1	1
ب	30/6	28/7	9/3	2/1	3/3	72/20	3.6	2
ج	10/2	12/3	15/5	6/3	7/7	50/20	2.5	3
د	10/2	8/2	9/3	16/8	5/5	48/20	2.4	4
هـ	5/1	4/1	21/7	14/7	4/4	48/20	2.4	4
المجموع	20	20	20	20	20	300/100		

الصدق والثبات في بحوث تحليل المحتوى :

أما في بحوث تحليل المحتوى فمن أكثر المعادلات استعمالا : معادلة : هولستي : للاتفاق بين محللين المساوية ل: عدد الفئات التي اتفق عليها المحللان /على قسمة/مجموع الفئات التي توصلنا إليها ، فإذا كانت النتيجة أكثر

من 0.85 معنى ذلك أن الاستبيان يمتاز بالثبات :ن1+2/2ن. إذا كان عدد البنود مثلا :80 وتمت الموافقة بالاتفاق بين المرزبين على 75: فان النتيجة $160/2*75$ وتساوي 160/150 وتساوي 0.93
قياس شدة الاتجاه :

مقياس ليكرت هو أسلوب لقياس اتجاهات الجمهور نحو قضية ما من القضايا ، بحسب درجة التفضيل ، ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما ، وله أشكال مختلفة الثلاثي الرباعي الخماسي ويتم تحديد اتجاهات الإجابة عن طريق المتوسط الحسابي بالأوزان التالية:

-المقياس الثلاثي: 3-2-1

نبدأ ب 1 المسافات الباقية 3-1=2

نقسم 2 على 3=0.66

المسافة بين كل اتجاه هي 0.66

الاتجاه الأول : 1-1.66 .

الاتجاه الثاني : 2.33-1.67 :

الاتجاه الثالث: 3-2.34

-المقياس الرباعي: 4-3-2-1

نبدأ ب 1 المسافات الباقية 4-1=3

نقسم 3 على 4 = 0.75

الاتجاه الأول: 1-1.74

الاتجاه الثاني : 1.75-2.49

الاتجاه الثالث : 2.5-3.24

الاتجاه الرابع 3.25-4

المقياس الخماسي: 5-4-3-2-1

نبدأ ب 1 المسافات الباقية 5-1=4

نقسم 4 على 5 = 0.8

الاتجاه الأول: 1-1.79

الاتجاه الثاني : 1.8-2.59

الاتجاه الثالث : 2.6-3.39

الاتجاه الرابع 3.4-4.19

الاتجاه الخامس: 4.2-5

ويمكن أن يعتمد خاصة في مقياس ليكرت (الحماسي): موافق بشدة - موافق - محايد - معارض - معارض بشدة ، حيث يعتمد عدد من البنود ومن الأفضل تقسيمها مناصفة بين البنود الموجبة والسالبة - مع خلطها حسب طبيعة الموضوع و الفكرة المطروح (بدون انحياز).

إجراء العمليات : في العبارات الموجبة : موافق بشدة *5 / موافق *4 / محايد *3 / معارض *2 / معارض بشدة *1.

ومن الجاميع وإجراء عمليات القسمة ، نستخرج شدة الاتجاه الذي يتراوح بين (1-5) حيث تقسم على 3 ويكون المجال:

1 / اقل من 1.66 ضعيف.

2 / من 1.67 إلى 3.32 متوسط

3 / من 3.33 إلى 5 قوي.

ويمكن اعتماد طريقة بسيطة: موافق بشدة+2 / موافق+1 / محايد0 / معارض-1 / معارض بشدة-2

وعليه تكون النتائج 1:

1- اقل 0.66 ضعيف

2 / 0.67 - 1.32 متوسط

3 / 1.33 إلى 2 قوي.

والعكس في الاتجاه السالب

المتوسط الحسابي :

يقصد به إيجاد قيمة تتوسط مجموع القيم عند إرادة تحديد: شدة الاتجاه ، والميل إلى شيء على حساب آخر

مثلا: إذا كانت لدينا مجموع النتائج مكونة من: 3+8+4+5.

فإن متوسطها الحسابي: هو مجموع هذه الأرقام قسمة عددها: 3+8+4+5=20 ومنه 4/20 = 5

5=4/20 فتكون أي : 5 هي المتوسط الحسابي ،

أما المتوسط الحسابي المرجح: فيؤخذ بعين الاعتبار الترتيب حسب الأهمية .

فاذا قيل للأستاذ: امتحان المحاضرة مضروب *3 و في التطبيق مضروب *2 وحصل طالب على 12

في المحاضرة و 11 في التطبيق ، فإن المتوسط الحسابي المرجح يكون :

$$11.60 = 5 / 58 = 5 / 22 + 36 = 5 / 2 * 11 + 3 * 12$$

قياس الثبات أو التناسق الداخلي : وتستخدم لقياسه عدة اختبارات، أشهرها معامل "ألفا كرونباخ"

لاختبار قياس التناسق بين إجابات المبحوث ، و"ألفا كرونباخ" (قيمه بين صفر وواحد ومتوسطه 0.6)

...ومعامل الارتباط بين نصفي المقياس أو بين إجابات عينتين جزئيتين، تحليل الارتباط (لاختبار الصلاحيات

المتزامنة، والتنبؤية، والتمييزية...) والتحليل العملي (متعدد المتغيرات) ومصفوفة الارتباط متعدد الخصائص
ومتعدد الطرق...

العوامل التي تؤثر في ثبات الاختبار :

- 1- طول الاختبار : يزداد ثبات الاختبار كلما زادت بنوده ذلك أن زيادة البنود تساعد على تغطية المجالات التي يقيسها الاختبار
- 2- زمن الاختبار : يزداد معامل ثبات الاختبار كلما زادت مدة الاختبار والعكس صحيح .
- 3- تباين المجموعة : يزداد ثبات الاختبار كلما زادت درجة تباين المجموعة التي يطبق عليها ويقل الثبات كلما كانت المجموعة متجانسة .
- 4- صعوبة الاختبار : يقل ثبات الاختبار في حالة صعوبة أسئلته وكذلك في حالة سهولتها حيث ان تباين درجات الاختبار تقل في الحالتين مما يترتب عليه قلة الفروق بين درجات أفراد المجموعة وكلما كان الاختبار متوسط الصعوبة كلما أدى ذلك إلى زيادة التباين ومن ثم زيادة ثباته .

المحور الثالث : أدوات قياس الرأي العام(تطبيقي)

المحاضرة العاشرة : استطلاع الرأي العام *public opinion poll*

استطلاع الرأي : بالإنجليزية (Opinion poll)، وبالفرنسية : sondage d'opinion

هو استقصاء لرأي عام لعينة ما أو عمليات سبر الآراء ، أو الاستقصاء .

مفهوم استطلاع الرأي : هو طريقة لجمع المعلومات الأولية ، بواسطة الإجابة على أسئلة تسأل عن موضوع محدد ، بحيث تجيب عن هدف الاستطلاع ، أو سؤال بحيث ، توجه الأسئلة لفئة معينة من الناس ، وتدعى هذه الفئة "عينة الاستطلاع".

يتم اختيار الفئة بحيث تعبر عن مجموع السكان الذين نريد أن نعرف آراءهم حول قضية معينة ، يبحث عنها الاستطلاع ، وتمكن من تنفيذ الاستطلاع ، واستنتاج معلومات دقيقة بقدر الامكان.

يمكن الرد على الأسئلة شفها مثل مقابلة شخصية او هاتفية ، أو كتابيا وعندها يتم تسجيل الإجابات على يد منفذ المقابلة ، أو بواسطة نماذج توزع على أفراد العينة ، وعندها يسجل كل فرد اجابته على تلك النماذج ، ثم تعالج احصائيا ، وإلى نتائج الدراسة.

يتم تنفيذ الاستطلاع لفحص اراء مفردات العينة التي تم اختيارها نحو اشخاص ، منتجات ، خدمات ، سلوكيات او غيرها.

الاستطلاع لا يفحص جميع افراد المجتمع ، وإنما يتم اختيار فئة وهي عينة الاستطلاع والتي تُحدد لتعبر عن جميع أفراد المجتمع الذي نريد فحصه.

أنواع العينات في بحوث استطلاعات الرأي العام :

معلوم أن العينات قسمان :

العينات الاحتمالية ، والعينات غير الاحتمالية :

ومن أهم العينات التي تطبق في عمليات سبر الآراء أو لاستطلاعات المختلفة :

العينة العارضة : أو عينة الصدفة ، أي يجري الاستجواب مع كل من يصادفه في المكان العام .

العينة القصدية : أي يختار الباحث عينة ممن يرى بأنهم مقصودون في الدراسة ، مثلا كونهم ممن يتابعون قناة معينة ، أو برنامجا معيناً ، غير أنه إذا كان عددهم كثير فإنهم يصبحون بمثابة مجتمع البحث ، ويختار منهم عينة مناسبة بالطرق المعروفة للعينات ، ويتم اختيار العينات بهذا الشكل لتسهيل إجراء الدراسة أو استطلاع الرأي ، الذي يتطلب السرعة في التنفيذ .

العينة الحصصية : أي بطريقة الحصص ، حيث يقسم الباحث المجتمع إلى فئات أو طبقات ، ومن ثم يعطي لكل فئة ما يناسبه من حصته ، مثل اختيار حصة للذكور وحصص للإناث ، ويختار ما يناسبه في تلك الدراسة السريعة حتى يعطي نتائج أسرع .

تاريخ سبر الآراء : بدأ التفكير في سبر الآراء مع بداية القرن العشرين ، وأجري 85 تحقيقاً في 1920 بمناسبة

الانتخابات الرئاسية الأمريكية ، ستة من هذه التحقيقات كانت على مستوى وطني ، غير أن البوادر الحقيقية لاستخدام هذه التقنية ترجع إلى 1824 في الولايات المتحدة الأمريكية دائماً ، وذلك بمناسبة الانتخابات

الرئاسية ، حيث طبقت طريقة "الانتخاب بالجملة **Vote de paille** "تمهيدا لمعرفة مقاصد المنتخبين ، والتنبؤ بنتائج الانتخابات ، وتمت هذه العملية من خلال وضع صناديق انتخاب صورة في الميادين العامة وطلب من المارة التعبير عن رأيهم الانتخابي.

وكان لا بد من انتظار 1936 لتجري المؤسسة الأمريكية للرأي العام التي أنشأتها مؤسسة "غالوب"، **Gallup** أول تحقيق علمي، نجحت في استخدام عينة من 3000 ناخب للتنبؤ بانتخابات روزفلت.
منظمة غالوب " جالوب " للأبحاث ومؤسسها :

هي مركز لتقديم الاستشارات والبحوث الإحصائية ، لها مقرات في مختلف دول العالم ، بلغت أكثر من 140 مركز تعني بالجوانب الاحصائية واستطلاعات الرأي ، مقرها العام في واشنطن .

مؤسسها : هو : جورج هوراس جالوب **george horace gallup** من مواليد 1901 ، وهو صاحب فكرة الاستبيانات والعينات وفحصها ، **survey sampling techniques** تخرج في جامعة أيوا عام 1918 أنشأ المعهد الأمريكي للرأي العام ، ثم أنشأ هذه المنظمة التي سميت باسمه (منظمة غالوب) سنة 1958 .

توفي غالوب في 1984 عندها باعت عائلته المؤسسة في العام 1988 إلى شركة البحوث الانتقائية (**Selection Research Incorporated**)، التي لم تُغيّر اسم غالوب لما له من شهرة ومصداقية.



قواعد لنجاح الاستطلاع:

- 1- يتم تحديد هدف الاستطلاع : ينبغي أن يكون الهدف من الدراسة واضحاً.
 - 2- تحديد عينة الاستطلاع : وتكون مناسبة للدراسة.
 - 3- يجب أن تكون أسئلة الاستطلاع قصيرة وواضحة ، بحيث يمكن معالجتها فيما بعد ، وتفسيرها دون احتمالات.
 - 4- عدم الإنحياز في الإجابة ، أي لا تؤثر على الإجابة ولا توجهها.
 - 5- ترتيب أسئلة النموذج في مجموعات بحسب نوع الأسئلة: أسئلة مفتوحة ، أسئلة نعم أو لا ، أسئلة متعددة الإجابات وغيرها.
 - 6- جرب الاستطلاع على فئة صغيرة من الناس ، وذلك للتأكد من صحة الأسئلة ، ومن وضوحها للكشف عن صعوباتها.
 - 7- صحح ما في الأسئلة من نقائص .
 - 8- وزّع النماذج ، أو أجر المقابلة مع أفراد العينة واهتم بتسجيل الإجابات ، أو بجمع النماذج من أفراد العينة.
 - 9- عالج المعلومات من الإجابات ، وحوّلها إلى استنتاجات تناسب هدف الاستطلاع.
 - 10- عرض النتائج والاستنتاجات بشكل واضح ، وفي صورة أرقام تصلح للعد والقياس.
- الملاحظة كأداة هامة لجمع المعلومات في استطلاعات الرأي العام :

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في استطلاع الرأي العام ، إذا توفرت لها شروط :

- 1- أن يكون لها غرض بحثي هادف ، وكونها الأداة المناسبة في ذلك الموضوع ، خاصة بعض المواضيع الحساسة ، كالمواضيع ذات الطابع الأمني ، حيث يخاف من المتظاهرين -مثلاً -
- 2- أن توضع لها خطة محكمة ، وبالتنسيق بين عدد من الملاحظين ، بين من يسأل ، وآخر يسجل الإجابات ، وآخر يرصد ويحصي ، وهكذا.

إيجابيات الملاحظة في استطلاعات الرأي :

- 1- تمكن من ملاحظة السلوك بشكل مباشر ، وهو يحدث بطريقة عفوية ، كما تمكن من ملاحظة ردود الأفعال ، حتى تتمكن من معرفة قوة اتجاه القضية .
- 2- تخلص الموضوع من أي شائعات محتملة ، خاصة وأننا نعرف دور الشائعات في توجيه الرأي العام وتضليله.
- 3- تتمكن الملاحظة من رصد حتى الحركات التي يقوم بها الأشخاص ، كدرجة الانتباه وحركات عدم الرضا ، وغيرها مما لا نستطيع حصره في الاستبيان .

4- تجنب الباحث ردود الفعل السيئة تجاه أي استجواب ، فمن المستجوبين من له مقاومة ورفض تام لأن يكون محل دراسة ، واعتماد الملاحظة يجعل الأشخاص يتصرفون بعفوية ، وهذا هو الشيء المهم في أي دراسة.

5- تمكن الملاحظة من متابعة أولئك الأشخاص الذين لا يستطيعون التعبير عن رأيهم ، مثل الأطفال وذوي العاهات .

6- يمكن للملاحظ استنتاج بعض السلوكيات من خلال التصرفات التي تصدر من بعض الأشخاص ، كأن يلاحظ الباحث أثر بعض الدروس على سلوك التلاميذ أو المواطنين ، لأن الإستهيبان قد لا يصل إلى هذه الحقيقة ، كون الإجابات تخالف السلوك.

تطبيقات حول استطلاعات الرأي العام :

يمكن متابعة استطلاعات الرأي العام في بلد المنشأ - الولايات المتحدة الأمريكية - ، لندرك مدى صلاحية هذه الأداة في التعرف على الرأي العام الأمريكي نحو مختلف القضايا ، إذ وجد أنه قد تنجح وقد تخفق هذه الاستطلاعات.

كانت استطلاعات غالوب في الانتخابات الرئاسية الاثني عشر التي عُقدت بين عامي 1936 و1984 دقيقة إلى حد كبير، مع معدل خطأ في تقييم غالوب النهائي للانتخابات أقل من ثلاثة نقاط مئوية.

البداية العلمية الحقيقية للاستطلاعات بدأت عام 1936 عندما قام جورج غالوب بتطبيق الأسلوب المنهجي الدقيق في تمثيل المجتمع من خلال عينات شاملة فنجح في التنبؤ بنتائج الانتخابات الأمريكية لأعوام 1936 و1940 و1944، بينما أخفق في توقع نتائج انتخابات 1948 بين توماس ديوي وهاري ترومان ، وتعرض لهجوم شرس حول مصداقية الإستطلاع ، واهتمه البعض بالانحياز لصالح الجمهوريين ، ثم أعاد الثقة إليه مرة أخرى بنجاحه في التنبؤ بنتيجة انتخابات 1960 بين كينيدي ونيكسون ، رغم الانتقادات التي وُجّهت له ، لكنه كرّر الخطأ مرة أخرى عام 1976 عندما تنبأ بفوز جيرالد فورد على منافسه جيمي كارتر.

في انتخابات عام 2008 ، أظهرت نتائج الاستطلاعات المبكرة قلق الناخبين من محدودية خبرة المرشح ألدديمقراطي باراك أوباما، بقضايا السياسة الخارجية، في الوقت الذي أظهرت فيه قلقاً من كبر سن المرشح الجمهوري جون ماكين، وهو ما استجاب له كلا المرشحين ، بتعيين أوباما لجوزيف بايدن، ذي الخبرة الممتدة لثلاثين عاماً في الشؤون الخارجية نائباً له ، كما اتجه ماكين لترشيح حاكمة ألاسكا، سارة بالين، لصغر سنها (44 عاماً).

وقد أظهرت نتائج انتخابات 2008 صدق التوقعات التي قدّمتها الاستطلاعات ، إذ حسم المصوّتون أمرهم مُبكرين في تأييد المرشح الديمقراطي ، بينما تقاسم المرشحان أصوات من حسموا أمرهم متأخرين ، فأصحاب التأييد المبكر أيدوا الديمقراطي بنسبة 53% والجمهوري بنسبة 46% في النتائج النهائية للانتخابات ، لكن النتائج التي أسفرت عنها انتخابات 2016 سارت في الاتجاه المعاكس تماماً لتوقعات استطلاعات الرأي التي أجرتها المؤسسات الإعلامية المختلفة.

طريقة إجراء الاستطلاع :

أجرى المستطلعون في غالوب أوائل استطلاعات الرأي بشكل شخصي ، باختيار أماكن الإقامة من كافة المناطق الجغرافية المحتملة داخل البلاد ، ومن ثم الانتشار في كافة أنحاء البلاد ، بقرع أبواب الأميركيين . كانت هذه الطريقة القياسية لإجراء مقابلات لمدة ما يقرب من 50 عاماً ، بين عام 1935 حتى منتصف ثمانينيات القرن الماضي.

مع مرور الوقت أصبح واضحاً وجود مشاكل في أخذ العينات المنزلية مع إجراء مقابلة في المنزل ، الأمر واحد ، أنه كان مكلفاً على نحو متزايد ، و أصبح الأميركيون بشكل متزايد معارضين للسماح لدخول للمستطلعين إلى منازلهم لإجراء مسوحات، والحاجة للبيانات التي تم جمعها بشكل سريع ، جعل إجراء مقابلة في المنزل أقل وأقل جاذبية.

ثم حولت مؤسسة غالوب انتباهها إلى الهاتف ، بحلول عام 1986 ، كان لدى عدد كاف من الأسر الأمريكية هاتف واحد على الأقل لإجراء مقابلات هاتفية متاحة ، وتكون بديلاً أقل تكلفة بشكل كبير لطريقة المقابلة الشخصية ، ومع نهاية ثمانينيات القرن الماضي ، كانت مؤسسة غالوب تجري الغالبية العظمى للمسوحات الوطنية عن طريق الهاتف ، وخاصة بظهور الهاتف المحمول ، حيث أصبحوا يستخدمون الإتصال المباشر أو الرسائل النصية.

من الناحية الإجرائية: وللسماح لكل أسرة أمريكية وكل البالغين الأميركيين الحصول على فرصة متساوية ليكونوا ضمن العينة:

1- في البداية ، تحدد غالوب بشكل واضح السكان الذين يحاول استطلاع للرأي معين تمثلهم ، ثم تختارهم بشكل عشوائي.

2- تستند نتائج الأبحاث من عمليات المسح الهاتفية إلى دليل باستخدام تصميم عينة طبقية متناسبة.

3- وتبدأ هذه العملية بقائمة الكترونية لكافة المراكز الهاتفية في أمريكا، باستخدام عملية: الاتصال بأرقام عشوائية (RDD) .

ومع مرور السنين، طور خبراء الإحصاء أساليب محددة لقياس دقة العينات ، طالما أنه يتم الالتزام بالمبدأ الأساسي للاحتتمالات المتساوية أو المعروفة للاختيار عندما تُخصص العينة.

استطلاعات الرأي الالكترونية :

ومع التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر والإنترنت في الولايات المتحدة ، بدأ التفكير في إجراء استطلاعات فورية إلكترونية **on-line polling** ، وبدأت بعض الشركات في استخدام هذا النوع من الاستطلاعات ، وأطلقت عليه استطلاع البريد الإلكتروني **E.Poll** ، وقد أسس أفراد وشركات مواقع على شبكة الإنترنت متخصصة في إجراء وتحليل هذا النوع من الاستطلاعات وتوزيع نتائجه ، ولعل من أول وأشهر

هذه المواقع موقع E.poll الذي تم تأسيسه عام 1997 في مدينة لوس انجلوس الأمريكية على يد شركة تحمل نفس الاسم ، بهدف نشر وترويج استخدام استطلاعات ومسوح الرأي العام الفورية الإلكترونية .
ومن الصعوبات التي صادفتهم في هذه العمليات:

- 1- سحب عينة عشوائية بسبب أن أجهزة الكمبيوتر والاشتراك في خدمة الإنترنت غير متاحة لكل الأسر في كثير من دول العالم ، خاصة في مجتمعات دول الجنوب مثل المجتمعات الأفريقية .
 - 2- عدم امكانية تحديد إطار مجتمع العينة .
 - 3- وصعوبة الوصول لعناوين البريد الإلكتروني لكل المشتركين ، خاصة مع وجود أكثر من عنوان للمشارك الواحد .
 - 4- صعوبة التحقق من شخصيات المشتركين وخصائصهم الديموغرافية .
- ومع التطورات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا يمكن الوصول إلى بناء أداة للمسح التفاعلي ، وتصميم إطار للعينة الفورية الإلكترونية ، وابتكار أدوات تمكن من تحديد عناوين البريد الإلكتروني للمشاركين في هذا الاستطلاع ، والتعرف على خصائصهم الشخصية ، من حيث النوع والعمر والتعليم والمهنة...

المحاضرة الحادية عشر : الاستبيان Questionnaire

تعريف الاستبيان:

الاستبيان لغة : على وزن استفعال أي طلب الشيء ، واستبيان بمعنى طلب البيان ، أي استوضحه ، وهو

ترجمة للكلمة الإنجليزية Questionnaire

أما الإستبار :

سَبَر الشَّيْءَ ، سَبَرًا وَسَبْرًا ، وَسَبَرَ البَيْتَ : قَاسَ عَظْمَهُ لِيَتَعَرَّفَ عَمَقَهُ وَمَقْدَارَ المَاءِ فِيهِ .

سَبَرَ الجُرْحَ :- : فَحَصَّهُ لِيَتَعَرَّفَ حُدُودَهُ وَعَوْرَهُ .

سَبَرُ الآرَاءِ : اسْتِطْلَاعُ مَوَاقِفِ النَّاسِ فِي قَضِيَّةٍ مَعْيَنَةٍ بِالاعْتِمَادِ عَلَى عِيْنَةٍ مِنْهُمْ .

وعادة ما يكون الاستبار لأشياء مباشرة ومختصرة في صورة مقابلات ، بينما يتم الاستبيان بتعبئة شخصية .
ومنه يعرف الاستبار أو المقابلة اصطلاحا : بأنها " المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها ."

أما الاستبيان اصطلاحا:

هو "نموذج مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة المرتبة بأسلوب منطقي مناسب، مقسمة حسب وحدات معينة، وتدور حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل لعينة من المبحوثين بالبريد، أو يجرى تسليمها باليد، أو تنشر على صفحات الجرائد والمجلات، أو تبث عن طريق التلفاز أو الإذاعة، أو على شبكة الانترنت،

يجب عليها المبحوثون بدون مساعدة من الباحثين سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها، ثم يقومون بإرسالها إلى الباحث أو الهيئة المشرفة على البحث بعد الانتهاء من ملئها.

ويستخدم مصطلح "استمارة الاستبيان" للإشارة إلى الاستبيان فيقال "استمارة الاستبيان"، وتعتبر هذه الاستمارة من أكثر أدوات جمع البيانات شهرة وانتشارا في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة، وعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بصفة خاصة، وهي تفيد تقريبا في كافة البحوث الاجتماعية فهي تستخدم في البحوث الكشفية لجمع أكبر قدر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، وتستخدم أيضا بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، كما تستخدم في البحوث التجريبية وغيرها كذلك.

إجراءات : هي أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة ، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب ، يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها، حول الظاهرة المراد دراستها، وتستخدم أيضا بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع ، كما تستخدم في البحوث التجريبية وغيرها.

قواعد كتابتها:

- 1- يجب أن يكون كل سؤال يعالج نقطة مستقلة واحدة.
 - 2- يجب أن يكون المبحوث على غاية من الراحة فلا يشعر بالحرج أثناء الإجابة .
 - 3- يجب أن تكون الأسئلة ذات طابع كمي ، أي يمكن تكميها ، وتكون قصيرة وواضحة وتحتل إجابة واحدة
 - 4- تبنى أسئلة الاستبيان كما لو أنك بصدد كتابة مقال ، أي بشكل مترابط ومتسلسل.
 - 5- عادة ما تكون الأسئلة في البداية سهلة وواضحة ، ثم ينتقل من السهل إلى الصعب .
 - 6- أن تبحث الإجابة فقط في المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها من مصادر أخرى .
 - 7- تحديد المصطلحات المستخدمة وثباتها ووضوحها .
 - 8- أن تكون قصيرة قدر الإمكان ، أن تكون واضحة الكتابة مع حسن التنسيق .
 - 9- أن تصاغ الأسئلة بكلمات بسيطة واضحة لا غموض فيها ، ولا تحتل أي معنى آخر غير المقصود منها.
 - 10- أن تكون الأسئلة موضوعية ، بمعنى خلوها من الاقتراحات الموحية بالإجابة المطلوب ذكرها .
- مراحل إنجاز وإعداد الاستبيان بالتفصيل :

المرحلة الأولى:

- تحديد الهدف العام من الموضوع واختيار العنوان الملائم .
- تقسيم الموضوع العام إلى عدد من الموضوعات الفرعية حتى يتسنى للباحث تغطية كل فرع بمجموعة من الأسئلة التي تشكل في مجموعها العام الأسئلة التي يتألف منها الاستبيان عند التطبيق .
- مراجعة أولية للأسئلة والتأكد من تغطيتها لكافة العناصر الفرعية والعامية .

- اختيار نوعية الاستبيان سواء بشكل مغلق أو مفتوح أو متنوع، ويتوقف الاختيار على نوعية المعلومات التي يود الباحث الحصول عليها ، فهناك بحوث تتطلب الدراسة بصورة معمقة مثل الأبحاث المتعلقة بالسلوك - مثلا- فيستخدم المفتوح ، وهناك البعض الآخر لا يتطلب سوى التعرف على معلومات بسيطة من المبحوثين، ويمكن في تلك الحالة استخدام الاستبيان المحدد (الاستبيان المغلق)، ويمكن استخدام الأسلوبين.

المرحلة الثانية:

وهي تتعلق بتصميم استمارة الاستبيان، من خلال صياغة الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث العلمي، ويجب أن تكون واضحة، ومرتبة ، ومتسقة.

المرحلة الثالثة:

تتعلق باختيار العينة بحسب طبيعة الموضوع.

المرحلة الرابعة :

تتعلق باختبار الاستبيان ، بما يعبر عنه بالصدق والثبات .

المرحلة الخامسة : توزيع الاستبيان .

*مزايا الاستبيان:

- 1-تعتبر الاستمارة والتقصي وسيلة ملائمة، للاتصال بعدد كبير من الأفراد في وقت قصير.
- 2- تهدف إلى الحصول على معلومات دقيقة وبسيطة ودون حرج من المبحوث .
- 3- تقنية قليلة التكلفة سريعة التنفيذ.
- 4- إمكانية مقارنة الإجابات، كون نفس الأسئلة تطرح بصيغ مختلفة.
- 5- تمكننا من تجميع رقمي وحساب النسب المئوية، وعلاقتها بالمتغيرات.
- 6- يعطي المشارك فرصة كافية للتفكير دون ضغوط نفسية عليه كما هو الحال في المقابلة أو الاختبارات .

*عيوب الاستبيان:

- 1- إمكانية تزييف إجابات المبحوثين ، طالما أن المبحوث لم يكتب اسمه ولا يستطيع محاسبة الباحث.
- 2- عجز بعض المبحوثين عن الإجابة بأنفسهم بسبب الأمية ، وعوامل أخرى .
- 3- اختصار الإجابات قد لا يفي بغرض البحث.
- 4-عدم جدية المشاركين في الإجابة أو اللجوء إلى الإجابة العشوائية .
- 5-قد يفسر المشارك بعض الأسئلة تفسيراً خاطئاً فتأتي أجابته غير دقيقة .

أنواع الاستبيان:

1- الاستبيان المغلق :

وفيه تكون الإجابة مقيدة ، حيث يحتوي الاستبيان على أسئلة تليها إجابات محددة ، وما على المشارك إلا اختيار الإجابة بوضع إشارة عليها ، وهو ما يشجع الباحث على الإجابة دون جهد، كما أنه يسهل تصنيف الإجابات بغرض تحليلها إحصائياً، ومن عيوبه أن المشارك قد لا يجد بين الإجابات الجاهزة ما يريده .

2-الاستبيان المفتوح :

وفيه تكون الإجابة مفتوحة ، حيث يحتوي الاستبيان على عدد من الأسئلة يجيب عليها المشارك بطريقته ولغته الخاصة ، فيهدف هذا النوع إلى إعطاء المشارك فرصة لان يكتب رأيه ويذكر تبريراته للإجابة بشكل كامل وصريح .ومن عيوبه انه يتطلب جهدا ووقتا وتفكيراً جادا من المشارك مما قد لا يشجعه على المشاركة بالإجابة

3-الاستبيان المغلق المفتوح :

ويحتوي على عدد من الأسئلة ذات إجابات جاهزة ومحددة وعلى عدد آخر من الأسئلة ذات إجابات حرة مفتوحة أو أسئلة ذات إجابات محددة متبوعة بطلب تفسير سبب الاختيار ، ويعتبر هذا النوع أفضل من النوعين السابقين لاشتماله على مميزات النوعين السابقين.

4-الاستبيان المصور :

وتقدم فيه أسئلة على شكل رسوم أو صور ، بدلا من العبارات المكتوبة ، ويقدم هذا النوع من الاستبيانات إلى الأطفال أو الأميين.

طرق الحصول على ثبات الاختبار :

الثبات في أغلب حالاته هو معامل ارتباط، وهناك عدد من الطرق لقياسه، ومن أكثرها شيوعا والتي يمكن من خلالها قياس الصدق والثبات، هي طريقة (ألفا كرونباخ)، والتي تعتمد على الاتساق الداخلي، وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض، ومع كل الأسئلة بصفة عامة. ومن مقاييس الثبات أيضاً طريقة إعادة الاختبار، وطريقة الصورة البديلة، وأخيراً طريقة تجزئة الاختبار إلى نصفين.

1- طريقة إعادة الاختبار :

يطبق في هذه الطريقة نفس الاختبار على مجموعة من الافراد مرتين تحت ظروف مشابهة ثم يحسب معامل الارتباط بين نتائج المرتين .وعلى الرغم من كثرة استخدام هذه الطريقة إلا إنها لا تخلو من عيوب يمكن ان تؤثر على درجة الارتباط منها اختلاف موقع الاختبار في المرتين ، ففي الوقت الذي تحتمل ان يظهر التوتر على الأفراد في المرة الأولى يحدث الارتياح في المرة الثانية مما يؤثر على أداء الأفراد ومن ثم على درجة ثبات الاختبار . ومن العوامل التي يمكن ان تؤثر على الثبات أيضا مدى استفادة الأفراد من خبراتهم في المرة الأولى في الإجابة عن الأسئلة في المرة الثانية . كذلك يمكن ان يؤثر عامل النضج على ثبات الاختبار ولا سيما إذا طالت المدة بين تطبيق الاختبار في المرتين ولا سيما إذا طبق الاختبار على أطفال حيث انه من المسلم به ان معدلات النضج تكون سريعة في المراحل المبكرة .

2- طريقة الصور المتكافئة :

تقتضي هذه الطريقة تصميم اختبارين متكافئين بحيث يطبق الاختبارين على نفس أفراد المجموعة بفواصل زمني يتراوح بين أسبوع وأربعة أسابيع ثم يحسب معامل الارتباط بين درجات الأفراد في الاختبارين للحصول على درجة الثبات ويشترط لتكافؤ الصورتين ان تكون الموضوعات التي يعيشها الاختبار واحد وان تتساوى البنود المرتبة بكل وضوح وان تتساوى البنود في الصعوبة والسهولة وكذلك في أسلوب الصياغة .

3- طريقة التجزئة النصفية :

لاحتياج هذه الطريقة إلى تطبيق الاختبار مرتين ولا إلى تصميم صورتان متكافئتان للاختبار وإنما تتطلب تصميم اختبار متكافئين على ان يحتوي القسم الأول على الدرجات الفردية 1 , 3 , 5 , 7 والقسم الثاني على الدرجات الزوجية 2 , 4 , 6 , 8 . وتمتاز هذه الطريقة بأنها تغلب على العوامل المؤثرة في أداء الأفراد مثل الوقت والجهد والتعب كما إنها تمتاز بأنها توحد ظروف الإجراء توحيداً كاملاً . ومن الشروط الواجبة إتباعها في تصميم الاختبار عند استخدام هذه الطريقة ان تتكافئ البنود الفردية مع البنود الزوجية . وللحصول على الثبات نستخدم معاملات الارتباط بين درجات كل فرد على البنود الفردية والزوجية ويستخدم بعد ذلك معادلة سيرمان براون .

معامل الثبات = $2 / r + 1$ حيث أن "ر" ترمز إلى معامل الارتباط بين نصفي الاختبار بطريقة التجزئة النصفية

كيفية حساب الانحراف المعياري لمعرفة مدى الانسجام الموجود بين القيم (في بيانات غير مبنوية) :

الخطوة الأولى : يتم حساب المتوسط الحسابي لهذه القيم : وذلك بجمع هذه القيم وتقسيمها على عددها .

الخطوة الثانية : حساب مقدار انحراف كل قيمة عن متوسطها الحسابي .

الخطوة الثالثة : تربيع هذه الانحرافات ثم تجمع هذه المربعات .

الخطوة الرابعة : تطبيق قانون الانحراف المعياري : الجذر التربيعي لمجموع مربعات انحراف القيم عن المتوسط

(قسمة) عدد القيم -1

مثال :

إذا فرضنا هذه الأرقام : 7-10-14-18-26 والمطلوب : البحث عن الانحراف المعياري بين هذه

النتائج - عن متوسطها الحسابي .

1- القيام بحساب انحرافها عن متوسطها الحسابي : $15 = \frac{26+18+14+10+7}{5}$

5

26 18 ← 15 → 14 10 7

11+ 3+ ← 15 → 1- 5- 8- : تساوي

122 9 ← 15 → 1 25 64 : نتخلص من الإشارة بتربيعها :

البحث عن التباين : ع 2 $64 + 25 + 1 + 9 + 122 = 223$ $= \frac{5}{223} = 44.6$ ومنه الانحراف المعياري
 = هو الجذر التربيعي للتباين ع 6.7 $= \frac{5}{6.7}$

نموذج عن كيفية حساب معامل الارتباط بين اختبارين ، حيث تطبق العلاقة الآتية :

ن*ميج (س*ص) - ميج س* ميج ص



ن* (ميج س) - (ميج ص) * ن* (ميج ص) - (ميج س) 2

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

والصيغة الأخرى

$$r = \frac{\sum xy - n \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{(\sum x^2 - n \bar{x}^2)(\sum y^2 - n \bar{y}^2)}}$$

فلو فرضنا النتائج الآتية في هذا الجدول هي نتائج اختبارين متميزين ، نطبق عليها العلاقة السابقة المتعلقة بمعامل الارتباط ، وسنجد النتيجة تتراوح بين 0 و 1 وكلما اقتربت من 1 أي أكثر من 0.90 تبين ما بين النتيجة من ثبات :

س	x	ص	y	2س	x ²	ص ²	y ²	س*ص	x*y
9	6	9	81	36	54				
4	7	16	49	28					
8	5	64	25	40					
9	7	81	49	63					
8	9	64	81	72					

أحمد بن مرسللي : ص

المحاضرة الثانية عشر : الملاحظة- *observation*

تعريفها :

تعني الملاحظة باللغة الإنجليزية (**observation**) ، وهناك عدد من الباحثين والعلماء يفضلون ترجمتها بالمشاهدة .

عرفها الدكتور محمد طلعت عيسى : الملاحظة أداة آلية لجمع المعلومات وهي النواة التي يعتمد عليها للوصول إلى المعرفة العلمية، والملاحظة في أبسط صورها هي : النظر إلى الأشياء وإدراك الحالة التي هي عليها ويعرفها كارز جود: الأداة التي من خلالها نستطيع التحقق من سلوك الأفراد الظاهري ، عندما يعبرون عن أنفسهم في مختلف مواقف الحياة اليومية ، فهي المشاهدة الحسية والعقلية لوقائع محددة طبيعية بهدف الحصول على معلومات تفيد في أغراض البحث العلمي.

أساليب رصد الملاحظة : ترصد الملاحظة باستخدام:

1- الحواس : عن طريق السمع- الشم- البصر- اللمس-... الخ.

2- العقل : لتفسير هذه المحسوسات وتحليل مدلولها .

تستخلص الملاحظة أساسا من سمات الفرد أو العميل في الجوانب التالية :

1- الجوانب الجسمية : مثل مظهر العميل وملبسه ونظافته ، والمظاهر الصحية الواضحة ، وخاصة العاهات والنشوهات ، بالإضافة للجوانب الجسمية الظاهرة من طول وقصر ونحافة... الخ.

2- الجوانب النفسية : مثل السمات الشخصية للعميل ، ودرجات مقاومة السلوكات المختلفة .

3- الجوانب العقلية : كالتسلسل المنطقي للكلام ، ومقدرته على التفكير المنطقي والإدراك ، وقدرته على القياس ، والمفاوضات... الخ.

4- الجوانب الاجتماعية : وتعني أسلوب العميل في الحديث ، ومدى تمتعه بصفات حميدة ، أو تعكس طبيعة علاقاته بالآخرين... الخ

أهميتها :

تعتبر الملاحظة وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات ، وتتميز عن غيرها من أدوات جمع البيانات بأنها تتعلق بجمع البيانات التي تتصل بسلوك الأفراد ، في بعض المواقف الواقعية في الحياة .

والملاحظة العلمية كأسلوب للبحث يجب أن تكون موجهة لغرض محدد ، وأن تسجل بدقه وحرص ، ولا تقتصر على مجرد الحواس ، بل تستعين بأدوات علميه دقيقه للقياس ، ضمنا لدقه النتائج ، وتفاديا لقصور الحواس ، كما يجب أن تخضع للضوابط العادية ، كالدقة والثقة في أساليب البحث .

خصائصها:

- 1- تعد الملاحظة وسيلة أساسية من وسائل جمع البيانات والمعلومات ، في البحوث الطبيعية والاجتماعية.
- 2- الملاحظة تشمل كل أفراد المجتمع في حياتهم اليومية والعلمية.
- 3- هي عملية تجمع بين الإدراك الحسي والعقلي ، أي أننا نعمل بحواسنا ونشغل العقل في عملية الملاحظة ، من خلال التحليل والتفسير.
- 4- الملاحظة العلمية هي ملاحظة مقصودة ومنظمة ومخططة ، ولكن هذا لا يقلل من أهمية ملاحظة الصدفة في اكتشاف حقائق علمية.

مجالات استخدام الملاحظة:

1- مجالات البحوث الطبيعية : تستخدم بشكل فعال في كافة البحوث التجريبية كعلم الفلك ، الجيولوجيا والبيولوجيا...

2- مجالات البحوث الاجتماعية:

أ- التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية :

هي دراسة أنماط التفاعل في الحياة الأسرية ، كما يستخدم علماء الأنثوغرافيا (الأنثوغرافيا هي :ملاحظة وتسجيل المادة الثقافية من الميدان ، وهي تعني أيضا وصف النشاط الثقافي كما يبدو من خلال دراسة الوثائق التاريخية) وهي -الأنثوغرافيا- تختلف عن (الانثولوجيا) ، التي تعني (علم الإنسان ككائن ثقافي) ، وهي الدراسة المقارنة للثقافة ، وتعرف أيضا بأنها (علم الشعوب وثقافتها ، وتاريخ حياتها كجماعات) ، دون النظر إلى درجة تقدمها الحضاري .

ب- الدراسات السوسولوجية المقارنة :

هي من الدراسات الهامة في مجال البحث السوسولوجي ، ومن أمثلته الدراسات التي تجري على المساجين ، والمنظمات الصناعية.

ج- الجماعات غير الرسمية : تستخدم الملاحظة فيها بنجاح ، واستخدمت في دراسة جماعات العمل ، في المجال الصناعي.

د- الدراسات الاستكشافية :تستخدم بشكل فعال في المراحل التمهيديّة للبحوث الاجتماعية بهدف الاستطلاع على بعض جوانب الظاهرة الاجتماعية.

هـ- الدراسات السيكولوجية : من المجالات الخصبة التي تستخدم فيها الملاحظة ، كملاحظة سلوك الأطفال أثناء اللعب ، وتستخدم في علم النفس التجريبي .

نماذج وتجارب ميدانية عن استخدام الملاحظة:

مثال 1: من بين العلماء الذين استعانوا بأسلوب الملاحظة بالمشاركة * كوديل* عالم أنتربولوجي في دراسته للعلاقات الإنسانية داخل أحد المستشفيات للأمراض العقلية ، يوم أن عاش مع المرضى والأطباء لمدة شهرين ، دون علمهم بذلك لإجراء بحوثه المتخصصة .

مثال 2: دراسة ألتون مايو وزملاؤه على مصنع هاوثورن ، وتوصلوا من خلالها إلى وجود بناء غير رسمي داخل الجماعات وله تأثير على العملية الإنتاجية ، (تجارب هوثرن) **Howthorne** هي تجارب أجريت ما بين عامي 1927-1932 م في مصانع شركة وسترن إلكترىك ، وهي الشركة العالمية لصنع الهواتف وخدمات الاتصالات ، في مدينة شيكاغو بأمريكا ، وكان الغرض من هذه الدراسات هو تحديد تأثير عدد من المتغيرات المادية كالإضاءة ، وظروف العمل وفترات الراحة ، على إنتاجية الأفراد المشاركين في التجارب ، وكانت ترتفع بغض النظر عن التغيرات التي كانوا يحدثونها ، وقد استنتجوا أن ذلك يعود إلى شعور الأفراد بالرضا ، الذي سببه اهتمام المشرف بهم كأشخاص ، وبسبب العلاقات الاجتماعية الحسنة السائدة بينهم ، تعد أبرز التجارب التي أعتمد عليها في المنهج السلوكي للإدارة ، الذي كان أبرز رواده (إلتون مايو)
أنواعها:

1/ الملاحظة البسيطة :

هي تلقائية ، والتي يقوم بها الفرد العادي في حياته اليومية ، من دون غاية علمية .

2- الملاحظة العلمية (المنظمة):

وتهدف إلى إثبات أو نفي فرض علمي ، كما توجه للكشف عن العلاقات المتواجدة بين الظواهر .

ويعد هذا النوع امتدادا طبيعيا للملاحظة البسيطة ، إذ يصمم طبقا لخطة موضوعية ، ويستخدم الكثير من

الإجراءات التجريبية

* تتميز بالدقة ، وتوقع الهدف المراد تحقيقه ، كما تخضع لضوابط معينة تحقق صدقها .

* يقوم فيها العقل البشري بنصيب كبير في ملاحظة الظواهر وتفسيرها ، فلا تقتصر على الحواس فقط كما في

الملاحظة البسيطة ، بل يجب المشاركة الفعلية لجمع أكبر قدر من بيانات الدراسة .

* تخضع للضبط العلمي سواء كان بالنسبة للملاحظ ، أو بالنسبة لعناصر الملاحظة ، أو بالنسبة للموقف

الذي تجرى فيه الملاحظة ، وهي قسمان :

الأولى : الملاحظة بدون مشاركة : هي الملاحظة التي لا تتضمن أكثر من النظر أو الاستماع في موقف

اجتماعي معين ، دون المشاركة الفعلية ، ويمكن أن تكون خلف ستار أو حاجز زجاجي ، تحفظ المشاركين في

سلوكهم ، وتضفي طابع التلقائية على سلوكهم ، وهناك مواقف لا يصلح فيها استخدام هذا النوع كملاحظة

بعض الصور الخاصة ببعض السلوك.

الثانية: الملاحظة بالمشاركة: استخدمت بنجاح في الدراسات الأنثروبولوجية ، ويتضمن هذا النوع اشتراك الباحث في حياة الناس الذين يقومون بملاحظاتهم.

بعض القواعد العامة لاستخدام الملاحظة بالمشاركة وهي:

1- التعرف على الخصائص الاجتماعية العامة لجماعية موضوع الملاحظة ، وواقع البيانات المنشورة المتاحة.

2- التعرف على القادة الرسميين وغير الرسميين في تلك الجماعة.

3- مشاركة أعضاء المجتمع واهتماماتهم العامة.

4- ينبغي على الباحث عدم توجيه أسئلة حساسة ، وخاصة إلى أفراد البحث إلا بعد توطيد العلاقات معهم.

5- البعد عن إبداء الرأي عن بعض الموضوعات الحساسة التي قد تثير غضب المبحوثين.

أهم الوسائل التي يفضل الاستعانة بها :

1- الصور الفوتوغرافية :

تفيد هذه العملية في الوقوف على جوانب المواقف الاجتماعية ، كما يظهر في صورته الواقعية كما أنها تجنب الملاحظة الخطأ ، كما تفيد في الكشف عن جوانب التفسير التي تحدث في جوانب كثيرة من حياة الأفراد والجماعات.

2- المذكرات التفصيلية :

يدون فيها الباحث موقف ملاحظاته وأبعادها المختلفة.

3- الخرائط :

تفيد في توضيح العلاقة بين البيئة الاجتماعية ، وبين التنظيمات الاجتماعية ، وتعطي معلومات للباحث التي تساعده على دقة الملاحظة.

4- استمارة البحث ، أو دليل الملاحظة : تساعد الباحث على تدوين البيانات المتصلة بموضوع الملاحظة دون غيرها.

5- المقاييس السوسيوميتريّة : هي أساليب هامة تعين الملاحظ على فهم أبعاد الموقف الاجتماعي الذي يريد ملاحظته ، ويسمى :

القياس الاجتماعي :

الذي يقصد به تلك الطريقة المنهجية المستخدمة لتقدير العلاقات الاجتماعية كميّاً ، وقياس نوعيتها من حيث مدى الجذب والرفض ، أو النفور بين الأفراد داخل الجماعات الصغيرة والكبيرة ، ويعود الفضل في

تأسيس للقياس الاجتماعي (أو «السوسيومتريّة») وتطويره إلى عالم النفس المعروف «جاكوب مورينو» (1892-1974) Jacob L. Moreno

شروط الملاحظة الجيدة :

- 1- يجب أن يقف الملاحظ على كل جوانب وأبعاد الظاهرة ، وموضوع الملاحظة ، والعوامل المؤثرة فيها.
- 2- على الملاحظ تحديد وحدات ملاحظته ، ومعرفة أنسب المواقف التي تظهر فيها هذه الأحداث.
- 3- ينبغي أن يكون الملاحظ متمتع بحواس سليمة تمكنه من الملاحظة بدقة.
- 4- يجب أن يتحرر الباحث من أفكار سابقة عن موضوع الملاحظة ، أي لا تسيطر عليه أفكار مسبقة ، قد تخالف ما هو في الواقع.
- 5- تحديد مشكلة البحث من حيث الحجم ، والأبعاد والأهمية والأهداف .
- 6- تحديد إطار الملاحظة : أي وحدة الملاحظة (فرد، جماعة ، مجتمع..) وزمن الملاحظة ومكانها ، والجوانب التي يراد ملاحظتها .

المناطق التي يركز عليها الأخصائي الاجتماعي في ملاحظته :

- 1- ملاحظة المظهر الخارجي للعميل - ملبسه ومظهره ونظافته .
 - الجوانب الجسمية الظاهرة ، مثل طوله وقصره ونحافته ، وسنه ولونه أو بعض العاهات الظاهرة.
 - المظاهر الصحية مثل بعض الأمراض التي يكون لها انعكاس سلبي على مظهر العميل.
- 2- ملاحظه سلوك العميل أثناء المقابلة:
 - تعرض العميل لنوبات من البكاء والكذب والدعاء والاستكانة ، أو تعلم حيل العميل الدفاعية التي ترجع إلى عدم ثقته بنفسه.
 - اختيار الموضوعات التي يتحدث عنها وترتيب الأفكار.
 - الخجل من البيانات التي سوف يدلي بها أو الخوف من العقاب.
- 3- ملاحظة تفكير العميل :
 - التسلسل في الحديث لأنه يوضح نظرة العميل للموقف.
 - التناقض مع الحديث وهو مظهر من الحيل الدفاعية.

تقنيات سير الملاحظة :

- 1- تعريف الملاحظين بالمشكلة.
- 2- تدريب الملاحظين على كيفية تسجيل الملاحظة.

طرق التعامل مع الملاحظة :

الأولى : التسجيل الزمني للحوادث وترتيبها من زمن وقوعها.

الثانية: تنظيم المادة الملحوظة في موضوعات أو فئات معينة.

الثالثة: تفرغ الملاحظة بعد التسجيل حيث يقوم الملاحظ بتفريغ الملاحظة وفقا للفئات ، أو البنود المتفق عليها من قبل ، لكي يسهل عليه بعد القيام بعملية التحليل الكمي.

الرابعة : تحليل بيانات الملاحظة وتفسيرها.

الخامسة : استخلاص نتائج الملاحظة ، والتوصيات ثم قيام الباحث باستخلاص النتائج التي تؤكد صدق الفروض أو عدم صدقها.

السادسة : كتابة تقرير الملاحظة : هي الخطوة النهائية في إجراء الملاحظة.

السابعة : يقوم الملاحظ بإعادة ملاحظته لموضوع الملاحظة بنفس الأسلوب الذي استخدمه في المرة الأولى ، وإيجاد معامل صدق.

شروط الملاحظة العلمية :

1- موضوعية الملاحظة : أي ابتعاد الملاحظ عن الذاتية ، وميوله وأفكاره لكي يلاحظ الظواهر أو السلوك كما تبدو .

2- كلية الملاحظة : أي عدم إهمال أي عنصر من عناصر الموقف الملاحظ .

3- استخدام الأدوات العلمية في الملاحظة بعد التأكد من سلامتها.

4- تمسك الملاحظ بالروح العلمية ، والصفات العقلية والخلقية ، والتحلي بروح النقد والتدقيق والشجاعة ، مع الإيمان بالمبادئ العلمية.

أخطاء الملاحظة:

1- أخطاء الحواس: نظرا لاختلاف قوة الحواس من ملاحظ لآخر ، فإن النتيجة تختلف من باحث لآخر ، في رصد السلوك ، بالرغم من صحة القوانين العلمية ، وبالتالي فإن الأدوات العلمية كالفديو تقوم بتصحيح ذلك الخلل ، إلا أنه يتم رفض هذه الأدوات في معظم الأحيان من قبل المفحوصين ، وأحيانا يؤدي إلى ظهور سلوك مفتعل ، مما يترتب عليه الحصول على معلومات غير حقيقية.

2- أخطاء التفسير: حيث يفسر الباحث جزء دون آخر ، طبقا لميوله وهذا يؤدي إلى عدم ضبط الظروف التي تؤثر على الظاهرة.

3- الاختلافات في التركيبة البيولوجية للملاحظين، سيما في زمن استجابة اليد لرؤية العين ، وهذا يؤدي إلى نتائج متباينة في تسجيل ملاحظاتهم.

4- صعوبة أن يتخذ الباحث موقفا سلبيا من ملاحظاته ، فعالبا ما يختار منها ما يتفق مع ميوله ، ويهمل ما سوى ذلك ، وهذا يؤدي إلى الخروج بتفسيرات خاطئة للظواهر .

5- هناك عيوب تتعلق بأدوات الملاحظة : فمثلا في مقاييس التقدير قد تعني الدرجة {5} ممتاز لدى بعض الملاحظين ، وتعني شيئا آخر عن البعض الآخر ، ولذلك يجب أن يشير الملاحظ لما تعنيه الدرجة من مدلول ،

وذلك بإعطاء أمثلة واضحة.

6- الانطباع المسبق عن الشخص موضوع الملاحظة ، يؤثر على تقدير الملاحظ.

مزايا وعيوب الملاحظة:

مزايا الملاحظة:

- 1 - الملاحظة هي الأداة الوحيدة التي يمكن من خلالها دراسة سلوك أفراد الجماعة بشكل تلقائي ودون تحريف.
- 2 - تفيد الملاحظة في التعرف على بعض جوانب الحياة الاجتماعية بشكل فعال ، كالعادات الاجتماعية وغيرها من الموضوعات التي يفضل استخدام الملاحظة في دراستها دون غيرها من أدوات البحث الاجتماعي.
- 3- تفيد الملاحظة في الحصول على بعض المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة.

عيوب الملاحظة:

- 1- لا يمكن استخدام الملاحظة في دراسة أشياء قد حدثت في الماضي بشكل مباشر.
- 2- صعوبة التنبؤ بما سوف يحدث في المستقبل من أنماط مختلفة من السلوك.
- 3- أخطاء الحواس : نظرا لاختلاف قوة الحواس من ملاحظ لآخر فإن النتيجة تختلف من باحث لآخر في رصد السلوك بالرغم من صحة القوانين العلمية ، وبالتالي فإن الأدوات العلمية كالفيديو تقوم بتصحيح ذلك الخلل ، إلا أنه يتم رفض هذه الأدوات في معظم الأحيان من قبل المفحوصين ، وأحيانا يؤدي إلى ظهور سلوك مفتعل مما يترتب عليه الحصول على معلومات غير حقيقية
- 4- أخطاء التفسير ، حيث يفسر الباحث جزء دون آخر ، طبقا لميوله وهذا يؤدي إلى الخلل في معرفة الظاهرة.
- 5- الاختلافات في التركيبة البيولوجية للملاحظين ، سيما في زمن (استجابة اليد لرؤية العين) ، وهذا يؤدي إلى نتائج متباينة في تسجيل ملاحظاتهم.
- 6- صعوبة أن يتخذ الباحث موقفا سلبيا من ملاحظاته ، فغالبا ما يختار منها ما يتفق مع ميوله ويهمل ما عدا ذلك ، وهذا يؤدي إلى الخروج بتفسيرات خاطئة للظواهر الملاحظة.
- 7- هناك عيوب تتعلق بأدوات الملاحظة فمثلا في مقاييس التقدير قد تعني الدرجة {5} ممتاز لدى بعض الملاحظين وتعني شيئا آخر عند البعض الآخر -كم أشرنا - ، ولذلك يجب أن يشير الملاحظ لما تعنيه الدرجة من مدلول وذلك بإعطاء أمثلة واضحة.

خطوات تصميم بطاقة ملاحظة:

- 1-تحديد الهدف : يمكن أن تصاغ على هيئة أسئلة.
- 2- تحديد المهام المراد ملاحظتها : توضع الأهداف في صورة مهام وذلك لخصر ما يراد ملاحظته.
- 3- تحديد الممارسات والمهام المطلوبة ومؤشرات الأداء .
- 4- ترتيب الممارسات والمهام ، ومؤشرات الأداء في جدول حسب تسلسل منطقي .

5- تصميم أداة تسجيل لهذه الممارسات والمؤشرات مثل (سلم التقدير ، القوائم ، ...) ..

6- تحديد الغرض من الملاحظة : والغرض أدق من الهدف ، ويكون واحدا أو أكثر من الآتى:

أولا : الوصف : وصف الواقع للظاهرة المراد دراستها ، مثل مدى مشاركة الطلاب فى المناقشة داخل القاعة

ثانيا : التحليل : وفيه يحاول الملاحظ الربط بين السلوك الظاهر ومؤثر آخر .

ثالثا :التقييم : قد يتجاوز الغرض وصف الظاهرة إلى محاولة معرفة قيمة ذلك السلوك وفقا لمقياس يضعه

الملاحظ من ممتاز إلى ضعيف .

رابعا : تصميم البطاقة : يختلف تصميم الاستمارة تبعا لاختلاف غرض الملاحظة ، فتصميم الوصف يختلف عن

التحليل ويختلف عنهما التقييم

خامسا : تدريب الملاحظ على تطبيق الملاحظة.

المحاضرة الثالثة عشر : المقابلة *the interview*

تعريفها :

هي استبيان شفوي ، يتم فيه التبادل اللفظي بين القائم بالمقابلة ، وبين فرد أو عدة أفراد للحصول على معلومات ، ترتبط بآراء أو اتجاهات أو مشاعر أو دوافع أو سلوك ، وتستخدم المقابلة مع معظم أنواع البحوث التربوية ، إلا أنها تختلف في أهميتها حسب المنهج المتبع في الدراسة ، فعلى سبيل المثال تعتبر من أنسب الأدوات استخداماً في المنهج الوصفي ، ولا سيما ما يتعلق ببحوث دراسة الحالة ، إلا ان أهميتها تقل في دراسات المنهج التاريخي والمنهج التجريبي .

وباختصار : هي مجموعة من الأسئلة التي يقوم الباحث بإعدادها ، وطرحها على الشخص موضع البحث وجها لوجه ، ويقوم الباحث بتسجيل الإجابات عليها بنفسه ، وهي بمثابة استبيان شفوي هدفه الوصول إلى نتائج محددة .

يعرفها عبد الباسط محمد حسن في كتابه (أصول البحث الاجتماعي): بأنها تفاعل لفظي يتم بين شخصين ، أو مجموعة من المستجوبين بغرض الوقوف على آرائهم حول موضوع معين .

المقابلة أو الاستبار ليست منهجا ، وإنما هي أداة من أدوات جمع المعلومات في البحث العلمي ، بل وأكثرها استخداماً ، وأحسنها وأفضلها على الإطلاق ، خاصة في المجتمعات التي تنتشر فيها الأمية . وهي ليست أداة منفصلة عن الأدوات الأخرى ، بل هي أداة إضافية تضاف إلى الأدوات التقنية الأخرى ، وتستخدم المقابلة في الكثير من العلوم الإنسانية ، خاصة علم النفس وعلم الاجتماع والانتروبولوجيا ، ولفظ الاستبار مشتقة من سبر واستبر الجرح أو البئر أو الماء ، أي امتحن غوره ليعرف مقداره ، واستبر الأمر أي جربه واختبره.

والمقابلة وإن بدت سهلة في الظاهر إلا أنها تعترضها العديد من المشاكل : فاختيار السؤال مثلاً ، ودرجة تدريب الباحث ، والظروف الطبيعية المحيطة وغيرها من العوامل تشكل تشويشاً على السائل والمسؤول ، وتجعله في موقف مواجهة ، حيث يحاول أحدهم أن يستثير بعض المعلومات التي تدور حول آرائه ومعتقداته.

أهمية المقابلة:

- 1- تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقاً ، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل ، وكذلك اتجاهاته وميوله ، وهذا مالا يستطيع الوصول إليه إلا من خلال المقابلة.
- 2- تعتبر عملية تتيح الفرصة للمستجوب للتعبير الحر عن الآراء والأفكار والمعلومات.
- 3- تتحول من أداة اتصال ، ووسيلة التقاء إلى تجربة عملية ، خاصة ما يتعلق منها بميدان الإرشاد بين الأخصائيين النفسيين ، والآباء بحيث تتيح للآباء أن يتعلموا شيئاً عن أنفسهم واتجاهاتهم ، وعن العالم الذي يعيشون فيه ، وبالتالي تتكون لديهم أساليب جديدة في التفكير والعادات السلوكية المرغوبة ، وبذلك تكون المقابلة ميداناً ومجالاً للتعبير عن المشاعر والانفعالات والاتجاهات.
- 4- تعتبر المقابلة مصدراً كبيراً للبيانات والمعلومات ، فضلاً عن كونها أداة للتعبير والتوعية والتفاعل الديناميكي.

أسس المقابلة العلمية وطرقها:

- أ- أن يُعد الباحث للمقابلة مخططاً مفصلاً يُعَيِّن فيه الهدف ، والتركيز على النقاط التي يجب الكشف عنها ، والسؤال عن أسبابها ومجرياتها ، وأن يكون موضوعياً في جميع ذلك.
- ب- تحديد زمان ومكان المقابلة: كتحديد وقت إجراء المقابلة ، وإعطاء المبحوث فكرة عن البحث، وتحديد مكان إجراء المقابلة، ويُفضَّل أن تجري في مكان بعيد عن العمل بهدف الهدوء.
- ج- تكوين علاقة بين الباحث والمقابل: بحيث يكون الأوَّل لطيفاً مع الثاني، صريحاً، مُتَزَنًا دون أي إسفاف أو تعالٍ.
- د- أن يسعى الباحث إلى الحصول على ثقة وتعاون المقابل.
- هـ- تدريب الأشخاص المكلفين لإجراء المقابلة والتأكد من كفاءتهم ، ويلجأ إلى ذلك عادة إذا كانت المقابلة تستغرق زمناً طويلاً ، أو إجراء المقابلة مع عدد من الأشخاص.
- و- يجب أن تتم المقابلة في جو مريح للمقابل ، وأن يمهد له بحديث وِدِّي قصير.
- ز- يجب أن يُحسن المقابل طرح الأسئلة الواضحة البسيطة ، كما يُحسن الاستماع إلى محدثه، وأن يسمح للمقابل بالكلام بحرية ولكن بعدم التَّمويه ، وأن يسجِّل انفعالاته وردود أفعاله كلما أمكن.
- ح- أن يقوم الباحث بتسجيل البيانات في بطاقة ، أو استمارة مُقنَّنة ؛ وقد يستخدم وسيلة من وسائل التسجيل الآلي ، ويفضَّل تسجيل الملاحظات أثناء المقابلة.
- ط- أن يكون الباحث موجِّهاً ، ومديراً لمجريات المقابلة.
- ي- أن يكون مظهره مناسباً مع المستجوبين ، لهذا يجب أن يكون لديه فكرة عن الأفراد والجماعات التي ستجري المقابلة معهم.

خصائص وأنواع المقابلة:

- لكي تحقق المقابلة هدفها ، تقع على الباحث الذي يجري المقابلة ثلاث واجبات رئيسية:
- 1- أن يخبر المبحوث عن طبيعة البحث ، وضرورة تعاونه.
 - 2- أن يحصل على المعلومات التي يرغب فيها ، وأن يحدد مصادر البيانات التي لم يحصل عليها.
 - 3- تمكن المقابلة الباحث من ملاحظة سلوك الأفراد والجموعات ، والتعرف على آرائهم ومعتقداتهم ، كما تساعده عن تثبيت صحة المعلومات التي حصل عليها.
- ويمكن تقسيم المقابلة وفقاً لأغراضها:

1/ المقابلة الاستطلاعية (المسحية): يستعمل هذا النوع للحصول على معلومات من أشخاص ممثلين لمجموعاتهم.

2/ الغرض التشخيصي: ويستعمل هذا النوع من المقابلة لفهم مشكلة ما وأسباب نشوئها وكل ما يتعلق بها.

3/ الغرض العلاجي: في هذا النوع تستخدم المقابلة للتخطيط لعلاج مناسب للمشكلة ، والقضاء على أسباب

المشكلة.

4. استشاري: يستعمل هذا النوع من المقابلة ، لمساعدة الشخص على فهم وحل مشاكله الشخصية بمساعدة الباحث .

الفرق بين المقابلة والاستبيان:

- 1- عامل الوقت ، ففي الإستبانة ، يمكن تحديد متوسط زمن الإجابة عن الأسئلة ، بينما في المقابلة لا يمكن ذلك لأن المشترك فيها قد يدخل إلى تعريفات غير متوقعة.
- 2- يمكن تطبيق الاستبانة بصورة جماعية في وقت واحد ، أما المقابلة فتكون فردية ، وبالتالي فلكل مقابلة زمن معين.
- 3- فروق في جمع المعلومات ، في أن المقابلة تجرى على عينة محدودة ، لأنها تحتاج وقت طويل ، وقد يجد الباحث صعوبة في مقابلة بعض الأشخاص ، بخلاف الاستبانة.

أنواع المقابلات:

1- المقابلات على أساس الهدف:

- أ- المقابلة لجمع البيانات: متصلة بالإجابة على الأسئلة المرتبطة بالدوافع وما شابهها ، وهي من أساليب جمع البيانات.
- ب- المقابلة التشخيصية: تسهم في تحديد الأبعاد الأساسية لموقف المبحوث وذلك بالتعرف على مؤثرات مشكلته.

ج- المقابلة العلاجية: وفيها يتم وضع خطة لحل المشكلة ، وأخذ آراء المبحوثين في العلاج.

2- المقابلات على أساس عدد المبحوثين:

- أ- المقابلة الفردية: وتكون بين القائم بالمقابلة ، وفرد واحد من المبحوثين ويتطلب الكثير من الوقت والجهد والنفقات.

ب- المقابلة الجماعية: وتكون بين القائم بالمقابلة وعدد من الأفراد ، في مكان وزمن واحد ، وتوفر الوقت والجهد والنفقات على الكثير من المعلومات من خلال تبادل الخبرات.

3- المقابلات على أساس درجة مرونة المقابلة:

أ- المقابلة المقننة: ترتبط بالأسئلة المحددة مسبقا لتوجه للأفراد ، وتحدد بدقة.

ب- المقابلة الغير مقننة: لا تحدد أسئلتها ولا الفئات المستجيبة لها بدقة ، ولا يحدد لها وقت معين.

طرق إجراء المقابلة: تقسم هذه الطرق إلى:

- أ- المقابلة الشخصية: وتتم المقابلة فيها بين الباحث والشخص المبحوث ، وهي الطريقة الأكثر شيوعًا.
- ب- المقابلة الهاتفية: وتتم فيها المقابلة بوساطة الاتصال الهاتفي.
- ج- المقابلة بوساطة (الانترنت): ويستخدم فيها جهاز الحاسوب.

د- المقابلة بوساطة استخدام التلفاز، الأقمار الصناعية ، وأجهزة الاستقبال والإرسال .
يتوقف نجاح المقابلة على إمكانيات الباحث والمبحوث ، ومدى توفر الوسيلة المستخدمة لدى الطرفين، ومدى توفر الوقت لدى الباحث ، وإمكاناته المادية.

خطوات وإجراءات المقابلة:

أولا : قبل المقابلة:

1- التمهيد لإجراء المقابلة وذلك عن طريق الإعلان عن هدفها ، وتحديد موعد مناسب لها وجعل المبحوث مستعد مسبقا للإجابة.

2- تهيئة الظروف التي تتلاءم مع طبيعة المبحوث.

ثانيا : بدء المقابلة:

1- تقديم القائمين بالمقابلة أنفسهم.

2- توضيح الغرض من المقابلة للتخلص من الغموض ، ببيان أنها للبحث العلمي كي يجب الأشخاص بحرية وصدق.

3- وصف طريقة اختيار المبحوث للإجابة على الاستفسارات.

4- تأكيد مبدأ السرية لجميع البيانات التي يجب عنها المحفوظ.

5- طمأنة الشخص على قدرته على الإجابة على جميع التساؤلات المطروحة عليه.

ثالثا : في أثناء المقابلة:

1- الإلمام بالموضوع الخاص بالمقابلة.

2- إشعار الشخص المبحوث بالحاجة الملحة إلى إجاباته ، والمساهمة القيمة في حل مشاكل البحث المثار.

3- أن لا تتعدى العلاقة بين الباحث والمبحوث العلاقة الشخصية ، وتقتصر على موضوع المقابلة.

4- عدم التحيز ، والتأثير على المبحوث ، وحسن الاستماع.

5- ترتيب الأسئلة مسبقا ، بحيث يتم توجيهها في إطار محادثة عادية ، بدلا من قراءتها أمام المبحوث.

6- إتاحة الفرصة كاملة للمبحوث للتعبير عن آرائه ، والبشاشة أثناء الحديث وعدم صبغه بالصبغة الرسمية.

7- توجيه الأسئلة بنفس الألفاظ المدونة بها ، فاختيار اللفظ المسبق قيمة ترتبط بالإجابة عن السؤال.

8- عدم توجيه الأسئلة بأسلوب جامد ، يؤدي لفشل المقابلة والانتباه لعلامات القلق التي تبدو على المبحوث.

9- صياغة الأسئلة بشكل يدعو على الفهم ، وعدم التطويل في وقت المقابلة.

رابعا تسجيل بيانات المقابلة:

1- تدوين الإجابات من الذاكرة بعد انتهاء المقابلة ، مع العلم بإمكانية التحيز والتحريف.

2- التسجيل الكتابي أثناء المقابلة.

3- استخدام أجهزة التسجيل الصوتي بعلم المبحوث أو بدون علمه.

أسئلة المقابلة:

أسئلة مقيدة : وتكون من أسئلة يتتبعها مجموعة من الاختيارات يشير المفحوص إلى الاختيار المتفق مع آرائه ،

مثال (هل تعتقد أن نظام ال (ل م د) فعال ؟) بدرجة كبيرة ، بدرجة متوسطة ، بدرجة قليلة.

وتتميز بأن الاختلافات بين المفحوصين تكون في أضيق الحدود مما يزيد من صدق الأداة.

أسئلة شبه مقيدة : وتصاغ بشكل يسمح بالإجابات الفردية ، ولكن بشكل محدود للغاية.

مثال (ما أهم سمة تميز نظام ال (ل م د) عن النظام الكلاسيكي؟)

وتتميز بأنها تسمح بوجود نوع من العلاقة بين المقابل والمفحوص تجعله مقبلا على الإجابة.

أسئلة مفتوحة : وفيها يوجه المقابل أسئلة واسعة غير محددة إلى المفحوص، هذه تتيح للمفحوص قدر كبير من

الحرية. ومن عيوبها ، ضعف صدقها وثباتها مقارنة بالنوعين السابقين

تصميم استمارة مقابلة: تتضمن هذه الاستمارة عادة مجموعة من الأسئلة يضعها الباحث لتنظيم أفكاره خشية

من النسيان.

مميزات استمارة المقابلة:

1- تتيح للباحث المرونة في توجيه الأسئلة بالأسلوب الذي يناسب مستوى المفحوص.

2- تسمح للباحث بالتحكم والسيطرة على الموقف، من خلال تكرار وتعديل الأسئلة بالشكل الذي يمكن

المفحوص من استيعابها .

3- تساعد الباحث في تقديم وتأخير الموضوعات التي تناولها المقابلة.

4- تساعد الباحث في تضمين بعض الأسئلة التي تسمى بالأسئلة الكاشفة ، يضعها الباحث بين كل مجموعة من

الأسئلة ثم يعيد صياغتها في مواقع أخرى ، وذلك للتأكد من مدى صدق المفحوص في الإجابة عليها.

عيوب المقابلة:

1- احتمال التحيز من قبل الباحث ليحصل على معلومة يريدتها.

2- تكاليف إجراء المقابلة ، حتى تصبح أداة يعتمد عليها في البحث العلمي ، وأن يتوفر في الباحث على

المهارة اللازمة لإجرائها وهذا يحتاج إلى تدريب ميداني دقيق .

3- تأثيرها بالعوامل ، مثل: شعور المقابل بالخوف والحجل ، أو الخجالة مما يؤدي إلى الإدلاء بمعلومات لا تشمل

الحقيقة.

4- صعوبة الوصول إلى بعض الأشخاص.

5- أن نجاحها يعتمد إلى حد كبير على رغبة المستجيب ، في التعاون وإعطاء معلومات موثوقة ودقيقة.

6- صعوبة تسجيل الإجابات ، وتجهيز أدوات المقابلة ، سيما وأن مكان المقابلة يحدده المستجيب في الغالب.

طريقة تحليل المقابلة في البحث العلمي:

قد تكون المقابلة مع شخص واحد في موضوع واحد أو عدة مواضيع ، وقد تكون مع عدة أشخاص في موضوع واحد أو عدة مواضيع ، لذلك وجب تصنيف المعلومات على هذا النحو ، ثم يتم تأليف موضوع من عدة عناصر متداخلة يشير فيه الباحث إلى عدد الآراء في القضية الواحدة ويحللها إحصائياً ، كما يمكن أيضاً التركيز على قوة الأدلة والحجج ، وهنا تبرز شخصية الباحث في ترجيح الأدلة .

تبدأ المقابلة مع المبحوثين بأسئلة محورية مشتركة بين الجميع ، ولكن تتولد أسئلة أثناء الحوار يجب أخذها بعين الاعتبار لأنها توضيحية للموضوع أكثر .

على مدير المقابلة إدارتها على النحو الذي يمكنه من تحصيل كافة المعلومات والبيانات التي يحتاج إليها على النحو المرغوب، وهذا من خلال توجيهه للحوار والمناقشة.

بمعنى أنه يمكن توجيه نفس الأسئلة لكل المبحوثين ، ثم يتم تصنيفها وتبويبها بالصرامة العلمية ، كما يمكن ترك مجال الأسئلة مفتوحاً ولكنها تتعلق بمحور واحد ، وهذه رغم كونها مرنة إلا أن الباحث يجد إشكالا في تحليلها وتبويبها .

قوة ملاحظة الباحث أثناء إجراء المقابلات تمكنه من تحصيل العديد من المعلومات والبيانات التي من شأنها إضافة المزيد من العمق لدقة البيانات.

يمكن للباحث في توجيهه للمقابلات الاستفادة من العديد من الوسائط المتعددة التي من شأنها تحسين جودة حصوله على البيانات.

يمكن للباحث التكيف مع أوضاع المقابلة، والاستفادة من كافة التغيرات المحيطة لتحصيل قدر أكبر من المعلومات.

تنقسم هذه البيانات التي يجمعها الباحث إلى قسمين: القسم الأول بيانات نوعية والقسم الثاني بيانات كمية .

البيانات النوعية هي البيانات التي يقوم الكاتب بجمعها وترتيبها وتصنيفها وفق تقسيمات محددة يتم تدوينها نصياً ، يتم تصنيف هذه البيانات بحسب صفاتها ونوعها.

وللبيانات النوعية قسمان رئيسيان وهما :

أولاً البيانات النوعية الإسمية :

وهي بيانات نصية يتم جمعها عبر المقابلات ، و تكون على شكل مجموعات غير متشابهة لبعضها البعض.

ثانياً البيانات النوعية الترتيبية :

وهي بيانات يتم جمعها عبر المقابلات أيضاً، ويتم تصنيفها على شكل مجموعات متشابهة في أبواب تصنيف

معينة .

يتم معرفة كيفية تحليل المقابلات في البحث العلمي التي تم جمعها على شكل بيانات محددة و يحدد الباحث العلمي خطوات منهجه لما حصل عليه من معلومات قد جمعها في المقابلة.

يلاحظ الباحث العلمي كل التفاصيل الصغيرة والكبيرة من السلوك والكلام وكافة ردود الأفعال المتغيرة لما استخدمه من أساليب مع الأشخاص الذين تقابل معهم في المقابلة.

يجب على الباحث أن يقوم بانتقاء المقابلة من مختلف الشوائب ، فلا ينقل بعض كلام المبحوث الذي يعبر عن ردود أفعال ليست لها علاقة بالموضوع .

يعتمد الباحث في تحليله للمقابلة على منطوق المبحوث ، فإن فهم المعنى وإلا لجأ إلى المفهوم ، وقد يعيد الاتصال بالمبحوث لفهم قصده في قضية معينة حتى يبويها تبويبا صحيحا .

يمكن الاستفادة في تحليل المقابلات من منهج تحليل المضمون كأداة مساعدة بتصنيف الكلام إلى فئات ، وكذا تحليل الخطاب إلى ألفاظ وعبارات ودلالاتها على المعنى .

بلال بوترعة : التحليل الموضوعي للمقابلات البحثية في العلوم الاجتماعية ، مجلة البحوث والدراسات الانسانية ، العدد 2018/16 ص 217-238

كما يمكن خلال العملية تصنيف المعلومات في صورة جداول توضيحية توضع فيها التكرارات والنسب حسب طبيعة الموضوع ، وهذا يتعلق بالتحليل الكمي ، كما يمكن الأخذ بعين الاعتبار المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودلالات ذلك للمساعدة على ترجيح الآراء .

وفي النهاية تكتب نتائج الدراسة على غرار ما توصل إليه الباحث من خلال كل هذا.

المحاضرة الرابعة عشر : تحليل المضمون Content analysis

يعرفه برنارد بيرلسون : أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال.

أولي هولستي: وسيلة للقيام باستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية.

تقنية بحث تخص الوصف الكمي المتسق والموضوعي الذي (أي الوصف) يتناول المحتوى الظاهري للاتصال.

فهو أسلوب يوظف لتصنيف وتبويب المادة المراد تحليلها بتوظيف الوحدات والفئات، قد تكون هذه المادة محتوى مكتوب كمقالات وخطب وغيرها، أو مسموع أو مرئي، أو صور ، ويسعى في النهاية إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة وتبيين العلاقة بين متغيراتها.

ولقد لجأت العديد من العلوم الإنسانية والاجتماعية في بداية هذا القرن إلى تحليل المضمون (الكمي والكيفي) في معالجة الظواهر الثقافية و الاجتماعية ...

يرى هولستي ان تحليل المضمون يمكن أن يستخدم فيما يلي : وصف خصائص الاتصال ويتضمن ذلك طرح أسئلة حول ماذا ؟ كيف ؟ ولماذا يقال الشيء ، ثم لماذا قيل الشيء؟

خصائص تحليل المضمون:

- 1- يتميز أسلوب تحليل المضمون بالموضوعية ، باعتبار أنه يتناول بالدراسة محتوى موجود ، إنما فقط يحلله ويضبطه ليستخرج ما يحتوي عليه باستخدام الأدوات المختلفة من وحدات تحليل وفئات تحليل.
- 2- توظيف مختلف الأدوات العلمية لغرض التحليل المجرد وعلى رأسها اختيار عينة مناسبة ، حتى تتمكن من تعميم النتائج ، سيما إن كانت عينة عشوائية بسيطة.
- 3- نحتاج في دراسات تحليل المضمون إلى المنهج الكمي ، كما نحتاج أيضا إلى الأسلوب الكيفي في مختلف الدراسات المعمقة التي نحتاج فيها إلى دراسة الظواهر وتحليلها وتفسيرها، للإجابة على التساؤل : من يقول ماذا، إلى من، كيف وما هو الأثر؟

4- يستخدم تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية لدراسة الجمهور المستمع أو القارئ أو المشاهد وتأثير الاتصال على الرأي العام ، وذلك للكشف عن الاتجاهات والاهتمامات والقيم السائدة في الجماعات المختلفة.

خطوات تحليل المضمون:

- 1- على الباحث قبل كل شيء تحديد موضوع الدراسة الهدف من البحث ، وما هي الظاهرة التي يود دراستها
- 2، ومنه إلى ضبط عنوان الدراسة.
- 3- تحديد مشكلة الدراسة .
- 4- تحديد أهمية الدراسة وأسبابها وأهدافها .
- 5- ضبط مصطلحات الدراسة ، ثم أدوات جمع البيانات ،
- 6- ضبط مجتمع الدراسة وعينتها ، ثم نوع الدراسة ومنهجها ، ثم حدود الدراسة أيا كانت .
- 7- تحديد الدراسات السابقة .
- 8- تحديد وحدات العد والقياس ، ثم فئات الشكل والمضمون .
- 9- تحديد التعاريف الإجرائية لمختلف الألفاظ والعبارات التي نحتاجها في التحليل .
- 10- الاستعانة بالمحكمين لتبيين طرق تحليل هذا المحتوى ، كأن يحلل جزئية ويعرضها عليهم .
- 11- إجراء الصدق والثبات ، وعادة ما نطبق معادلة هولستي - كما سنوضح فيما بعد بمثال .
- 12- تحليل المضمون بتصميم استمارة تحليل المضمون ، لفئات الشكل والمضمون. وكذا دليلها.
- 13- الخروج بجداول تكرارية والنسب ، وغيرها من الأساليب الإحصائية المناسبة وتحليلها كميًا.

14- تحليل وتفسير البيانات ، ثم استخلاص النتائج ن وكتابة التوصيات.

الصدق والثبات :

إن تحقيق الصدق أشق من الثبات ، والعلاقة بين الصدق والثبات ليست متساوية تبادليا ، إن تحقيق الصدق في دراسة ما يعني أن الثبات قد تحقق أيضا ، لكن تحقيق الثبات لا يعني أن الصدق قد تحقق ، فلو تكرر استعمال نفس الأداة على نفس المحتوى ، وأنتج ذلك تباينات متماثلة إلى حد كبير فإن ذلك أن الثبات قد تحقق ضمن الدراسة ، ذلك لا يعني أن هذه التباينات ترتبط عمليا بالواقع حقيقة (الصدق)، إذ أن الصدق يجب تقيس الأداة ما صممت لقياسه، أو صلاحية أداة البحث لتحقيق أهداف الدراسة ، وليس شيئا آخر ، وهنا يتدخل السياق إذ أن الكلمة أو الجملة التي تستعمل قد لا تفهم من لفظها ولكن تفهم من سياقها ، على اعتبار أن الكلمة قد تفهم بفهمين إيجابي وسلبي ولذلك يتدخل السياق لتوضيح معناها ، وهو ما يجب أن يوضحه الباحث للمحكمين حتى يجري التحكيم بسلامة ويوضح من الصدق قياس ما يفترض أن تقيسه ، أي هل أنا أقيس ما أريد قياسه؟، يعني صلاحية الأداة لقياس ما هو مراد قياسه.

وهذا ما يعبر عنه ب صدق المحكمين:

وهو عبارة عن عرض الاختبار على مجموعة من الخبراء في موضوع الاختبار، وأخذ رأيهم فيه.

النتيجة :

إن الأداة يمكن أن تكون عالية في درجة ثباتها، ولكن درجة صدقها يكون مشكوك فيه، أي أنها غير صادقة دائما . أما العكس فليس صحيحا، أي أن الأداة غير الثابتة لا يمكن أن تكون أداة صادقة. إذا فالاختبار الصادق يكون ثابتا، ولكن الاختبار الثابت قد لا يكون صادقا، فمثلا: الأشخاص الذين يتم وزهم عدة مرات يجدون نفس النتائج فهذا ثبات ، ولكن لو أدخلنا عنصر الذكاء مع الوزن قد لا يكون صادقا كما يمكن أن يكون صادقا ، كأن نقول الوزن الثقيل هو الأقل ذكاء مثلا فقد يكون ذلك صحيحا وقد لا يكون .

نموذج تطبيقي حول صدق المحكمين :

لو فرضنا أن ثلاث(3) محكمين حكموا 75 بندا بين موافق عليها ومعارض - كما يلي :

المحكم الأول والثاني (أ+ب) اتفقا على 70.

المحكم الثاني والثالث (ب+ج) اتفقا على 71.

المحكم الأول والثالث : (أ+ج) اتفقا على 73.

هنا تطبق معادلة هولستي : $R = 2(n) / (n+1) + 2$ بين كل محكمين اثنين ثم تطبق العلاقة :

عدد المحكمين * متوسط الاتفاق بين المحكمين

$1 + (\text{عدد المحكمين} - 1) * \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}$

ثانيا : فئات التحليل : ما يتعلق بالفئات فتحددها أهداف الموضوع المراد دراسته ، وتخص لاجتهادات الباحث ، حسب طبيعة الموضوع ، وعموما فهي نوعان : من التي تحتاج إلى استمارة خاصة بها تصنف فيها المادة أشكالا وألوانا ، ومعاني وألفاظا وعبارات ، وغير ذلك مما له علاقة بالموضوع .

أ : فئات الشكل : وتجب عن السؤال (كيف قيل؟) وتتعلق بوصف المحتوى الشكلي للمضمون ، ومن الفئات الأكثر استعمالا :

فئة المساحة : وهي التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة ، أو الكتاب وغير ذلك

نلاحظ أن المساحة -مثلا- تم استعمالها في وحدات التحليل وفي فئات التحليل ، ذلك أن المساحة في الوحدات نحتاجها للعدد كعدد بينما في الفئات نتساءل فيها عن قدر المساحة المخصصة لذلك الموضوع أهى كثيرة أم قليلة ويتعلق ذلك بأهمية الموضوع . وحتى لو تعلق الأمر بالعدد ، ففي الوحدات نبحت عن كم هو العدد فقط ، ولكن في الفئات نبحت عن أهمية تكرار ذلك .

2- فئة الزمن : وتتعلق خاصة بالجانب السمعي والسمعي البصري .

3- فئة الموقع : أي المكان الذي كتبت فيه المادة الإعلامية ، فليست الصفحة الأولى مثل الثانية أو الوسطى أو الأخيرة ... ، وكذلك الشأن بالنسبة للسمعي والبصري ، فهناك ما يسمى بأوقات الذروة ، وأوقات اجتماع العائلة و... .

4- المادة المستعملة : أي الشكل الذي كتبت عليه المادة الإعلامية مثلا ، كالمقال والافتتاحية و... .

5- اللغة المستعملة : مثل اللغة الفصحى والدارجة والبسيطة و... ، فلها أهميتها فليس الكلام المكتوب بالفصحى مثل غيره أو التقديم الإذاعي بالفصحى ، أو الدارجة والعامية طبعا فهي تخضع لطبيعة الموضوع والفئة الموجه إليها .

6- العناصر التيبوغرافية: ويتعلق بكيفية كتابة المادة الإعلامية والألوان المستعملة ، وطبيعة الخط وشكلها ،

7- الإخراج 8- الألوان 9- الصور والأشكال و... .

ب- فئات المضمون : (ماذا قيل؟) وليس شرطا أن توظف كلها وإنما تخضع أيضا لطبيعة الموضوع والأهداف المراد تحقيقها .

وتتعلق بالمضمون الإعلامي ، أي المحتوى ، ويتم التركيز فيه على المعاني ، أي جوهر المادة الخاضعة للتحليل ، وهي عمق العملية التي من أجلها قمنا باستخدام أداة تحليل المضمون ، والباقي ما هو إلا أدوات مساعدة ، ومكملة وليست مقصودة في ذاتها ، مثلا التركيز في الموضوع على كتابته في الافتتاحية، هذا صحيح يدل على أهميته فقط أما ما هو مهم فعلا فهو في جوهر هذه المادة ، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الفئات :

1- فئة الموضوع : وهي الفئة التي نحتاجها أكثر والتي تبين جوهر الموضوع ، مثلا موضوع سياسي أو اجتماعي... .

2- فئة الاتجاه : كون الموضوع مؤيد للقضية مثلا أو معارض ...

3- فئة الفاعل : أي الجهات المسيرة كونهم أشخاص او هيئات ...

4- فئة القيم : مثل القيم الاجتماعية أو الأخلاقية أو ...

5- فئة الأهداف : بتقسيم أهداف الدراسة إلى رئيسية وفرعية وأي من هذه المادة يحقق هدفه الهدف ؟

6- فئة المواقف : تتعلق خاصة بردود الفعل نحو مختلف القضايا -مواقف ايجابية أو سلبية - ...

7- فئة السمات : الخصائص والمميزات ...

8- فئة المصدر : مراسلين أو وكالات الأنباء أو شهود عيان ...

9- فئة الجمهور المستهدف : مثلا موضوع خاص بالمرأة أو الطفل أو الطلبة ...

العينات المستخدمة في تحليل المضمون :

تستخدم نفس أنواع العينات التي عرفناها من المحتوى المراد دراسته ، أي الاحتمالية وغير الاحتمالية ، فلو أردنا تحليل موضوع ما في الصحف الوطنية فإنه يجب اختيار عدد أو أكثر من مجموع الجرائد بطريقة عشوائية بسيطة أي باستخدام القرعة ، ولو تم اختيار جريدة محددة مثلا فسنختار من بين مئات الأعداد إثني عشر عددا مثلا بطريقة العينة العشوائية المنتظمة ، باعتماد ما يعبر عنه بالأسبوع الصناعي ، وقس على ذلك لو أردنا اختيار برنامجا معيناً فيه أعدادا كثيرة -سمعي أو سمعي بصري -فيكون ذلك باختيار عينة عشوائية بسيطة أو منتظمة ، وربما اخترنا من النوع الثاني من العينات (غير الاحتمالية) مثل العينة القصدية ، إذا كان ذلك متوافقا مع أهداف الدراسة ، كأن يكون تحليل مضمون لكتاب معين ، كونه كتابا مدرسيا ، وهكذا ...

تصميم استمارة تحليل المضمون :

وفقا لما أشرنا إليه فإن أهم محاور الاستمارة:

أولا : البيانات الخاصة بالوثيقة أو البرنامج أو الكتاب المراد تحليله.

ثانيا : البيانات المتعلقة ب فئات الشكل (الملخصة في السؤال : كيف قيل ؟).

ثالثا : البيانات المتعلقة ب فئات المضمون (الملخصة في السؤال : ماذا قيل ؟).

ويستعان بعد ذلك ب

رابعا: دليل الاستمارة : وتشير كل (شكل) مربعة أو مثلث مرقم برقم معين من تلك الاستمارة إلى موضوع معين فيشار إليه لأنه سيؤلف منه جدولاً لما في محتواه من المعلومات .

خامسا : نتائج الدراسة

مراجع في مقياس تقييم الرأي العام

أساسيات الرأي العام	محمد منير حجاب
الرأي العام والعلاقات العامة	غازي اسماعيل
الرأي العام وطرق قياسه	عاطف عدلي العبد
الرأي العام	مختار تهامي
الرأي العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية	سمير محمد حسنين
مدخل إلى الإعلام والرأي العام	محمد عبد المالك المتوكل
دراسات في نظريات الرأي العام	أيمن منصور ندا
الشائعات وطرق مواجهتها	محمد منير حجاب
الفضائيات و قادة الرأي: دراسة اثرها على السلوك الاتصالي	هناء السيد
الرأي العام والتحويل الديمقراطي في عصر المعلومات	عبد الغفار رشاد القصبي
في الإعلام والدعاية والحرب النفسية	حسن طوالبه
الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الاولويات	عاطف عدلي العبد
إستراتيجيات الدعاية والإعلان: الأطر النظرية والنماذج التطبيقية	اشرف فهمي خوخة
دليل الصحفي إلى إستطلاعات الرأي العام	شيلدون ار

- الثقافة الجماهيرية : عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق جمال العيفة
- الدعاية والإقناع عاطف عدلي العبد
- نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام شيماء ذوالفقارزغيب
- الرأي العام وقياسه جمال مجاهد
- الدعاية والإعلان والعلاقات العامة محمد جودت ناصر
- الحرب والرأي العام والدعاية رشيد حمليل
- إشكالية الإعلام في التأثير على الرأي العام صابر حارص
- الإعلام والرأي العام : دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية - الإسرائيلية عادل عبد الغفار خليل
- الإعلام والرأي العام العربي والعالمي سناء محمد جبور
- الإشاعة: المفاهيم والأهداف والآثار هاني الكايد
- دراسات إعلامية : الدعاية - الرأي العام - الإشاعة ، ج 1 محمد عارف الزغول
- الحرب النفسية ومفاهيم إعلامية وأحكام فقهية عبد الهادي محمود الزبيدي
- تحليل المحتوى في بحوث الإعلام محمد عبد الحميد
- الإعلام الحربي: بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية كافي مصطفى يوسف
- الدعاية والشائعات والرأي العام : رؤية معاصرة عبد الرزاق الدليمي
- الإعلام والرأي العام والعلاقات العامة في مواجهة الأزمات مصطفى يوسف كافي
- تحليل المحتوى الإعلامي عبد الكريم بن عيشة

منهجية البحث العلمي. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع قنديلجي، عامر إبراهيم. الأردن (2019).

فهرس المحتويات

الرقم	عنوان المحاضرة	الصفحة
	تمهيد	
	المحاضرة الأولى :مدخل إلى تقييم الرأي العام	
	المحاضرة الثانية:نشأة وتاريخ الرأي العام	
	المحاضرة الثالثة : خصائص وأنواع ووظائف الرأي العام	
	المحاضرة الرابعة : اتجاهات الرأي العام	
	المحاضرة الخامسة : الرأي العام والفضاء العمومي	
	المحاضرة السادسة :بعض نظريات الاتجاهات والرأي العام.	
	المحاضرة السابعة : العينات في البحث العلمي	
	المحاضرة الثامنة :الأساليب الكيفية في بحوث الرأي العام	
	المحاضرة التاسعة : أهم الأساليب الكمية –الصدق والثبات	
	المحاضرة العاشرة : استطلاع الرأي العام	
	المحاضرة الحادية عشر : الاستبيان	

	المحاضرة الثانية عشر : الملاحظة المحاضرة الثالثة عشر : المقابلة المحاضرة الرابعة عشر : تحليل المضمون	
--	--	--