

الرأي العام

أ. د. مختار التهامي (كلية الأعلام جامعة القاهرة)

أ. د. عاطف عدلي العبد (مدير مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة)

٢٠٠٥

تلخيص ياسر الهواري ٢٠١١

" يا ايها النهاس إنا جعلناك شعوبا و قبائل لتعارفوا "

الباب الأول : الأسس النظرية لدراسة الرأي العام

في هذا الباب

• المدخل : التاريخ ، التعريف ، الأنواع .

• المقومات المرجعية الأساسية للرأي العام في الدولة الحديثة .

• الدعايا تستخدم الخواص العقلية و النفسية لعملية التفكير من أجل التأثير على الرأي العام .

• الدعايا تستغل الدوافع الأساسية للسلوك البشري .

• الدعايا و الأساليب التقليدية و المستحدثة في تغيير الرأي العام .

مدخل إلى الرأي العام

إن الرأي العام يتكون عبر مجموعة من العمليات الاتصالية هي :

1. وقوع حدث مهم له صلة وثيقة بمصالح غالبية أعضاء المجتمع أو إحدى جماعاته أو يمس معتقداتهم و قيمه أو مشاعرهم الإنسانية الأساسية . و عادة ما يكون مصدر المعلومات لدى الأفراد هو وسائل الإعلام الجماهيرية أو الاتصال المباشر من خلال ممارسة الأنشطة اليومية في القهوة و النادي و النقابة و المسجد إلخ .
2. تفاعل أفراد مع الحدث بقدر أهميته لهم من خلال تبادل وجهات النظر حوله ، و هنا يلعب قادة الرأي العام دورا مهما في توجيه المناقشات من خلال وسائل الإعلام (الصحف و التلفزيون و الإذاعة إلخ) ، و من خلال الاتصال المباشر في الحزب و النقابة و النادي إلخ .
3. من حصيلة تلك المناقشات و الحوارات التي قد تبلغ حد التصادم أحيانا و التي تديرها وسائل الإعلام يتبلور رأي ظاهر و غالب على كل الآراء . و هو ما يطلق عليه إصطلاحا الرأي العام .

و الواقع أن تكوين الرأي العام يتطلب قدر من الحرية و الديمقراطية ، و هو ما حددته مواثيق الأمم المتحدة في : حرية التفكير و الاعتقاد + حرية التعبير بكل الطرق و الأساليب + حرية تبادل الآراء و الأفكار و نشرها + حرية الأجتتماع و الاتصال و التنقل . و أيضا أصدر الميثاق العالمي لحقوق الإنسان ، و المعهد الدولي لحقوق المدنية و السياسية مواثيق مماثلة .

التطور التاريخي : و قد شاع إستخدام تعبير الرأي العام بمدلوله

الحديث في خضم الثورة الفرنسية و لا عجب في ذلك ، فالثورة الفرنسية كسائر الثورات الكبرى ليست سوى لون من ألوان التعبير عن الرأي العام . و لكن الرأي العام دائما كان موجودا بوجود التجمعات البشرية منذ بدأ الخليقة .

ففي المجتمعات القديمة : عرفت مدن اليونان الرأي العام و أختبرت سطوته و ذلك قبل مولد المسيح ، ففي تلك المدن كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين (بإستثناء العبيد و الأطفال و النساء)، و كانت هذه الهيئة تمثل ما نعرفه نحن الآن بالبرلمان و الحكومة و القضاء ، و كانت القرارات تتخذ بأغلبية أصوات المواطنين الحاضرين ، حيث كانت تطرح في هذه الجمعيات كل الموضوعات ، فهي التي تختار قادة الجيش و الموظفين ، وتعلن الحرب و تعقد المعاهدات و الأحتفالات و تسن القوانين و تفرض الضرائب و تحكم في القضايا المدنية و الجنائية ، و كانت أحكامها نافذة لا تقبل النقض، و لم تكن

تعرف الديمقراطية اليونانية الأحزاب ، فكان من حق كل مواطن أن يبدي رأيه ، و لكن العبء الأكبر كان يقع على عاتق الخطباء البلغاء الذين كرسوا حياتهم للسياسة سواء لأرضاء طوحهم أو سعياً وراء منفعة شخصية أو خدمة عامة ، و قد سعى هؤلاء الخطباء لأقناع الجماهير التي وصل عددها في بعض المدن إلى ٤٠ ألف نسمة ، و كانت الأتتماعات تجرى في الهواء و يحضرها ما بين ٥ - ٦ آلاف مواطن ، و تتسم بالنظام .

أما في مجتمعنا المعاصر : فلم يكن هناك وجود للرأي العام منذ فتوح الإسكندر المقدوني و حتى العصر الحديث باستثناء فترة قصيرة في صدر الإسلام . أما الآن فقد أصبح الرأي العام يمثل قوة كبيرة لها أهميتها في المجتمع الدولي نتيجة : التقدم العلمي و التكنولوجي خاصة في مجال الأتصال و أنتشار الطباعة و المواصلات و وسائل الأتصال كالتليفون و التلفزيون و آلات التصوير ، و أنتشار التعليم و ظهور الصحف و الفضائيات و الأتترنت التي ساعدت على سرعة أنتشار الأفكار و الآراء و تبلورها + فضلا عن التعداد السكاني الضخم في المدن + الظروف السياسية مثل أنتشار النظم الديمقراطية و التوسع في حق الأنتخاب و تحرير المرأة و العبيد و أنحسار الأستعمار خاصة بعد الحرب العالمية الثانية و تحرر معظم شعوب العالم ، فلم يعد بأستطاعت أي حكومة اليوم الأستمرار في الحكم دون الحصول على الحد الأدنى من موافقة الجماهير.

تعريف الرأي العام : أختلف العلماء في تعريفهم للرأي العام لدرجة أن بعضهم أنكر وجوده ، فالمفكر الألماني (تونيس) يرى أنه أمر لا يمكن تصوره حتى إبان كفاح الشعوب و حياتها فالشجاعة و حب الحياة و الأهداف تختلف بين الأفراد و الجماعات المنتمية لنفس المجتمع ، و الحكومة الذكية هي التي تحاول أن توحد الرغبة بين أفراد الشعب و جماعاته ، و يمكنها ذلك في حالات محددة كالحروب الوطنية بشرط أن يكون لدى الشعب المهمة القوية لذلك . و يؤكد مدير معهد الصحافة بجامعة برلين (دوفيفات) على نفس الفكرة ، أما الفيلسوف (فيلاند) فيرى أن الرأي العام ليس بالضرورة أن يكون رأي الشعب كله و إنما يعبر عن رأي الغالبية ، و يتفق معه في الرأي كل من بنتشلي أستاذ القانون الدولي و رانكا المؤرخ الألماني .

أما السياسي الألمان الشهير بسمارك فيرى أن الرأي العام هو باطن حياة الشعب و تكونه عناصر سياسية و دينية و إجتماعية ، و أن صوته يغلب صوت الآخرين في الصحافة و جلسات البرلمان . و يتفق معه بلرمر و أيضا البيج أستاذ الرأي العام الأمريكي في ذلك إذ يرى أن الرأي العام ينتج عن تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة .

تقسيمه :

★ حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم في المجتمع (عام) :

1. رأي عام ظاهر في الدول الديمقراطية .
2. رأي عام باطن أو كامن في الدول التي تفتقد إلى الديمقراطية .

★ حسب قوة تأثيره (مصر) :

1. الرأي العام القائد : و هو رأي الفئة المثقفة الواعية التي ينقاد إليها الرأي العام في المجتمع .
2. الرأي العام المتعلم : و هو رأي الفئة التي تقرأ و تستوعب المعلومات و الآراء و هي فئة وسط تتأثر بالأولى كثيرا ، و تنقل رأيها إلى الفئة الثالثة .

3. رأي عام منقاد : و يتكون من السواد الأعظم من الشعب .

☆ **التقسيم حسب الطاق الجغرافي السياسي (العالم) :** و نستعرضه تفصيلا نظرا لشموليته و هو :

1. **رأي عام قومي أو وطني :** و هو الرأي السائد بين جموع المواطنين في الدولة ، و يمكن تعريفه بأنه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل و النقاش و تمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا" . و تفسير ذلك أن الرأي السائد هو رأي الأغلبية الذي يطغى على الآراء الأخرى المخالفة ، و هو رأي واعى يستند إلى ما تقدمه وسائل الإعلام و التنظيمات السياسية الشعبية من معلومات عن المسائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب ، و يتعلق ذلك بمشكلة أو حدث أو وضع معين تم في فترة معينة ، هذه القضية أو المشكلة قد أحتدم حولها النقاش و الجدل ، و من طبيعة النقاش و الجدل أن يقلب القضية من كل وجوها وصولا إلى حقيقة واحدة على أساس من التفكير السليم الذي هو أساس تكون الرأي و ليس على أساس من الأنفعالات و المشاعر الطارئة الغير مدروسة ، و لابد أن تكون تلك القضية أو المشكلة هي محط اهتمام و مصلحة مشتركة لجميع أفراد المجتمع ، و ينبغي أن تمس أفراد المجتمع بشكل مباشر ، فهناك قضايا تحظى بأهتمام الرأي العام و لكنها لا تمسه بشكل مباشر مثل الإضطهاد العقائدي و الإبادة الجماعية و الحقوق الإنسان فهي تهم مثلا المجتمع الأمريكي لكنها لا تمسه مباشرة لأنه لا يعاني منها .

2. **الرأي العام الأقليمي :** هو الرأي السائد بين مجموعة شعوب متجاورة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل و النقاش و تمس مصالح تلك الشعوب بشكل مباشر . و يمكن حصر مقوماته في : مصلحة مشتركة تأتي في المقام الأول من الأهمية + الأرتباط التاريخي + تقارب التقاليد و العادات و المعتقدات + تشابه الأوضاع السياسية و الأقتصادية و الإجتماعية + وحدة اللغة و الثقافة .

مثال على الرأي العام العربي : نلاحظ أن التشابه بين الدول العربية في وجود نفس المعاناة و المصلحة المشتركة + الأثر المشترك بينها في التقاليد و العادات و المعتقدات و التاريخ و اللغة + و تشابه الأوضاع السياسية و الأقتصادية و الإجتماعية = كل هذا جعل الأحداث تتشابه و تتوالى في كافة البلاد العربية فثورة ١٩٥٢ تبعتها ثورات مماثلة في أكثر من بلد عربي ، و الآن يتكرر الأمر نفسه فثورة الياسامين في تونس تبعتها ثورات في مصر و ثورة ليبيا و اليمن ... ، و تلعب أجهزة الإعلام دورا أساسيا في تقريب اتجاهات الرأي العام الإقليمي و خاصة إذا توافر عامل وحدة اللغة . فوسائل الإعلام المصرية كانت محط قلق الدوائر الصهيونية ، تماما كما صارت الآن الجزيرة القطرية محط قلق كل الأنظمة العربية نظرا لشمول تغطيتها لكل ما يحدث في المنطقة الآن . أيضا التكتلات الشعبية كاتحاد الصحفيين العرب و المحامين و الأطباء و العمال و الطلبة و السينمائيين إلخ كان لها أثر طيب في التأثير على الرأي العام العربي و بلورته و من ثم ساعدت بشكل كبير في مساندة مصر في العدوان الثلاثي و في حرب أكتوبر بقطع أنابيب البترول عن أوروبا و أمريكا . أيضا الموقف الموحد الذي تقفه الشعوب العربية منذ ١٩٤٨ تجاه العدوان على فلسطين و أيضا تجاه العدوان على العراق ٢٠٠٣ .

3. **الرأي العام العالمي :** هو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم (و ليس الحكومات) في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم الجدل فيها و تمس مصالح الإنسانية مسا مباشرا . و من ثم فإن الرأي العالمي وثيق الصلة بالديمقراطية و الأستقلال من الأستعمار و الأستغلال و الديكتاتورية ، و كلما تخلص العالم من تلك الأوثان كلما

كان الرأي العام العالمي أكثر قوة و تأثيرا .

الرأي العام العالمي حول قضية الحرب و السلام : تعتبر الحرب العالمية الأولى ١٩١٤ هى المبادرة الأولى لنشأة الرأي العام العالمي ، فالشعوب لم تشهد قبل ذلك حربا عامة تتعدى حدود الأوطان و القارات و تحصد خسائر جسيمة في الأرواح و الأقتصاد كما حدث في تلك الحرب و بعدها سواء كانت الدول منتصرة أو مهزومة ، فقد لفت ذلك المواطن العادي في كل مكان لأهمية المجتمع الدولي و خلق قدرا من تشابك المصالح و تشابهها بين شعوب العالم . و هكذا تبلورت قضية الحرب و السلام كأول رأي عام عالمي . و الواقع أن هناك ٦ أحداث عالمية كان لها أثر بالغ في نمو الرأي العام العالمي و تطوره و في تحديد اتجاهاته ، و هى :

أ- قيام الثورة البلشفية ١٩١٧ و انسحاب روسيا من الحرب العالمية الأولى : وقع لينين و ستالين إعلانا بحقوق شعوب روسيا و حقوقهم في حرية تطوير الأقليات الوطنية و حق الأقليات الجنسية في الانفصال ، و كان لهذا الإعلان دوي أنصتت له كافة الأمم الآسيوية المناضلة من أجل الحرية . و أعلن السوفيت تأييدهم للكفاح في سبيل إستقلال الهند و الصين و أندونيسيا و الهند الصينية ، حيث كانت ترى أن الأستعمار هو أعلى مراحل الرأسمالية و أن تحطيمه بواسطة الحركات الوطنية البرجوازية يمثل مرحلة متقدمة نحو الحرية . و هكذا أكتسبت الحركات الوطنية في البلاد الآسيوية قوتها الأدبية من وحي الثورة الروسية . و أستطاعت الثورة الروسية خلال نصف قرن من حياتها بعد أنتصارها في معركة بناء الدولة الأشتراكية الأولى و صمودها أمام القوى المعادية للثورة و أمام جحافل النازيين بعد ذلك أن تشيع في الرأي العام العالمي كثير من القيم و الأفكار الجديدة التى كانت حبيسة لفيف من الفلاسفة و المفكرين . فضلا عن دعمها لكثير من الحركات التحريرية في أنحاء العالم . و بعد الحرب العالمية الثانية ظهر المعسكر الشيوعي كقوة كبيرة لها وزنها المادي و المعنوي في مواجهة المعسكر الرأسمالي خاصة و أنها كانت تدعم حركات التحرر في بلاد العالم الثالث .

ب- قيام أول منظمة لصيانة السلام (عصبة الأمم) ١٩١٨ : بدأ الأمر بإعلان الرئيس الأمريكي ويلسون لمبادئه الـ ١٤ أثناء الحرب العالمية الأولى ، و كان لها دوي كبير في أنحاء العالم إذا أستطاعت تلك المبادئ أن تجذب أنتباه الشعوب بإعلانها حق الشعوب في تقرير مصيرها بنفسها ، و دعوتها لقيام عصبة من الشعوب تعمل على الحل السلمي للمنازعات التى قد تنشأ بينها مستقبلا و ذلك لتفادي حرب عالمية أخرى . و لاشك أن قيام منظمة دولية تجمع دول العالم لأول مرة في تاريخ البشرية بهدف صيانة السلام العالمي كان أنتصارا عظيما للشعوب و بمثابة أول رأي عام عالمي أتفقت عليه شعوب العالم (بغض النظر عن المطامع الإستعمارية لبعض الدول) . و قد ساهمت تلك المحاولة في تقييد المؤتمرات الإستعمارية و مناورات تجار السلاح ، بل و قد ساهمت في طرح موضوعات على الرأي العام العالمي مثل نزع السلاح و إعداد ميثاق تدعو إلى نبذ الحرب و تحريمها ، و من أهم تلك الميثاق ميثاق باريس (ميثاق بريان - كلوج) ١٩٢٨ الذي وقعته الدول الستة الكبار (أمريكا و فرنسا و بريطانيا و ألمانيا و إيطاليا و اليابان) ثم إنضم بعد ذلك إليه جميع دول العالم ، و قد نص الميثاق على نبذ الحرب و الدعوة لحل المنازعات الدولية بالطرق السلمية ، و لكن للأسف أن المطامع الإستعمارية النازية (الألمانية) و الفاشية (الإيطالية) و اليابانية أطاحت بهذا الميثاق بل و بعصبة الأمم كلها ، لكن لتلك المطامع لم تستطع أن تطيح بإيمام الشعوب بالسلام و بنمو الرأي العام العالمي في اتجاهه السليم .

ت- الأزمة الأقتصادية العالمية : حدثت أزمة أقتصادية عالمية بين الحربين العالميتين بلغت ذروتها ما بين ١٩٢٩ و

١٩٣٤ ، ثم تلا ذلك قيام النظام الفاشي في إيطاليا و نشوب الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥) . و كان لهذه الأزمة الاقتصادية صداها في الرأي العام العالمي حيث شملت تلك الأزمة العالم كله (باستثناء الإتحاد السوفيتي) و هزت عرش الرأسمالية التي كان قد أرسى قواعدها آدم سميث قبل قرنين من الزمان على أساس الحرية المطلقة للنشاط الفردي دون تدخل من الحكومات ، فهذه القواعد كانت تناسب الثورة الصناعية و تحمي المنتجين من تعسف الحكومات ، غير أن ذلك لم يعد مناسباً في العصر الحديث بعد ظهور الاحتكارات و قضائها على عامل المنافسة التي كان يستفيد منها المجتمع (منتجين و مستهلكين) . و لا شك أن تلك الأزمة الاقتصادية العالمية قد أثرت في توجيه الرأي العام إلى أهمية الدور الذي يلعبه الاقتصاد في حياة الشعوب و ربطه بالسياسة و الحرب و العدوان، و من أهم مظاهر تلك الأزمة ما يلي :

- ✓ **أنخفاض القيمة الشرائية للعملة** مما أدى إلى كساد التجارة برغم وفرة السلع و إغلاق المصانع و من ثم سيادة البطالة حتى بلغ عدد العاطلين في الولايات المتحدة ١٣ مليون فرد و في أوروبا ١٧ مليون .
- ✓ **حرق المنتجات أو إلقائها في البحر** للتخلص منها حتى لا تنخفض الأسعار بهدف الحفاظ على المستوى العالمي للأسعار ، بالرغم من أنتشار المجاعات في بعض الأساقع .
- ✓ **لجوء الدول الرأسمالية إلى حلول أثنائية فردية** لحل مشاكلها الداخلية بشكل و قتي مؤقت ، بدلا من اللجوء إلى التعاون الدولي لحل المشكلة الاقتصادية على المدى البعيد . و قد تمثلت تلك الممارسات في تقديم مساعدات سخية لصناعاتها كي تستطيع غزو الأسواق الخارجية بالبيع بأقل من سعر التكلفة مما يضر بمصالح الدول الأخرى و يفاقم من أزمته الاقتصادية و من ثم أستمرار الأزمة الاقتصادية العالمية . و من تلك الممارسات أيضا أن تلك الدول كانت تفرض جمارك عالية على الواردات لحماية صناعاتها المحلية مما أدى إلى أنكماش حجم التجارة الدولية و قد ساعد ذلك الفاشيين في الوصول إلى الحكم في ألمانيا و إيطاليا و إشعال نيران الحرب بألقاء المسؤولية في الأزمة و البطالة على دول أخرى بدلا من ردها إلى أسبابها الحقيقية و هي فساد النظام الرأسمالي الاحتكاري ، حيث أتمد الفكر الفاشي على شعارات وجود جنس ممتاز رشيد يسيطر على بقية الأجناس و يقودها نحو الأمان .

و يمكن تلخيص نتائج الأزمة الاقتصادية العالمية بالنسبة للرأي العام العالمي في النقاط التالية :

- ✓ **أقتناع الرأي العام بفساد نظرية الحربين** و عدم ملاءمتها للأوضاع الاقتصادية و السياسية الحالية التي تسيطر عليها الاحتكارات ، و بمسؤولية الحكومات عن توجيه الاقتصاد عن طريق التدخل الفعال بالتخطيط و التشريع لحماية مصالح الشعوب و رفاهيتها و الحد من الطغيان و الاحتكار . و يمكن أن نتلمس ذلك في أداء الحكومة الأمريكية و ما أصدرته من تشريعات من أجل السيطرة على الاحتكار .
- ✓ **إعادة تقييم بعض جوانب التجربة الاشتراكية** في الأتحاد السوفيتي و زيادة المطالبة بضمانات العمالة الكاملة و بالتشريعات الاجتماعية التي تخفف من وطأة الاحتكارات .
- ✓ **زيادة الأيمان بتشابه مشكلات الشعوب** و ضرورة التعاون الدولي لحل تلك المشكلات بعيدا عن روح الأثنائية و الإستغلال ، و في إطار توطيد قضية الحرب و السلام و الأوضاع الاقتصادية العالمية القائمة .

ث- **الحرب العالمية الثانية** : إذا كانت الحرب العالمية الأولى لها الفضل في ظهور الرأي العام العالمي فإن الحرب العالمية الثانية لها الفضل في تطوير هذا الرأي و توجيهه نحو قيم واضحة المعالم نابعة من تجارب الشعوب

التي عاشتها خلال الحربين . في تلك الفترة ظهرت الفاشية كمذهب و عملت على تعبئة الرأي العام على أساس الجنس السامي ، و كانت تمثل تحالف بين الرأسمالية الاحتكارية المستغلة و الإقطاع و المغامرين من قادة الجيش الراغبين في إدارة حروب توسعية للسيطرة على العالم . و الحرب في هذا المذهب مطلوبة لذاتها ، غير أنها أدت إلى فتح أسواق جديدة و السيطرة على موارد و خامات جديدة ، فضلا عن أنها تحقق مكاسب كبيرة في صناعة و تجارة السلاح بافدح الأسعار اعتمادا على الاحتكار ، أضف إلى ذلك أن تجنيد ملايين الشباب يحقق القضاء على البطالة ، و يشحن الروح المعنوية للشعب فيجعله على استعداد للتضحية و أقل اهتماما بالإصلاح و رفع مستويات الحياة ، كما أنه فرصة لإعلان الأحكام العرفية و سن القوانين الإستثنائية بحجة الحرب و تعرض الوطن للخطر و من ثم سحق المتذمرين من الأوضاع الاجتماعية و السياسية و إخماد أي صوت معارض . و إذا كان الإرهاب الفاشي قد كتم أصوات الأحرار في بقعة أو أكثر من العالم فإن رد الفعل العالمي ضد العدوان الفاشي أدى إلى توحيد جهود بقية شعوب العالم مع تباينها في اللون و الفكر و المعتقدات و النظم السياسية و الاقتصادية حيث أتحد العالم بهدف التخلص من الفاشية المجنونة التي ترمي إلى احتلال العالم ، و هكذا بدأت الحرب العالمية الثانية و قادها الرأي العام العالمي الذي بات مقتنعا بضرورة هزيمة الفاشية و الخلاص منها من أجل حياة إنسانية كريمة مستقرة و آمنة .

ج- الأمم المتحدة : استطاعت الحرب العالمية الثانية أن تجمع الرأي العام العالمي شرقا و غربا حول قيم واضحة متبلورة تؤكد حتمية التعاون الدولي و تحدد معنى هذا التعاون و ترسم أهدافه و أبعاده . و هكذا أتحدت تلك الدول في مواجهة الفاشية تحت إتحاد سمي بالأمم المتحدة ، و لم تكن تلك الدول تفكر وقتها في إنشاء منظمة دولية تحمل هذا الاسم ، و الطريف أن تلك الدول كانت تختلف كليا في نظمها السياسية و الاقتصادية ، و هذا يشير إلى أن الرأي العام العالمي قد وصل إلى مرحلة النضج . و هكذا تم الاتفاق على بين تلك الدول على المبادئ العام التي تم صياغتها لاحقا في ميثاق الأمم المتحدة ١٩٤٥ بعد الحرب العالمية الثانية ، ذلك الميثاق حدد الخطوط العريضة و القيم و المبادئ العامة للمجتمع الدولي و مستقبل الإنسانية الذي يتجاوز الخلافات المذهبية و القومية إيماننا من أجل تحقيق الرفاهية و السلام للجميع . ويمكن تلخيص هذه المبادئ في:

- المسؤولية الجماعية نحو إنقاذ الأجيال المقبلة من ويلات الحرب أيا كان مصدرها .
- المسؤولية الجماعية نحو توفير العمالة الكاملة و الحياة الكريمة لكل أفراد الجنس البشري درأ لشبح البطالة و ما تسببه من الحقد و الوقيعة بين الشعوب .
- احترام حقوق الإنسان بدون أي تمييز في الجنس أو اللغة أو الدين .
- المساواة في السيادة بين الدول الكبيرة و الصغيرة ، فلكل شعب حقه في تقرير مصيره بحرية كاملة.

ح- مبادئ باندونج الـ ١٠ للتعايش السلمي : كان من المفترض أن تسير السياسة الدولية بعد أنتهاء الحرب العالمية الثانية و قيام الأمم المتحدة على هدى المبادئ التي أعلنتها الشعوب في ميثاق الأمم المتحدة ، لكن فزع الاحتكارات الرأسمالية من انخفاض مكاسبها بإنهاء الحرب و خوفها من شبح الأزمة الاقتصادية الذي أخذ يلوح في الأفق مع سيادة السلام أدى إلى تشديد تلك الاحتكارات لقبضتها على بعض الحكومات و توجيهها لخدمة مصالحها التي تقتضي الأبقاء على جو التوتر و خطر الحرب بل و تقتضي خوض حرب فعلية أحيانا إن لم يكن على نطاق دولي فعلى نطاق إقليمي في بعض مناطق العالم الحساسة . و تحت هذا الضغط أنحرفت بعض الدول الكبرى عن رسالة الأمم المتحدة و بدأت تستغل الأمم المتحدة في تحقيق أهداف

أحتكارية و إستعمارية ، و نتج عن ذلك ظهور التكتلات العسكرية و السياسية خارج نطاق الأمم المتحدة مثل حلف الأطنطبي و حلف بغداد و حلف البلقاء و حلف جنوب شرق آسيا ، و ظهور تكتلات أقتصادية مجافية لروح الميثاق مثل مشروع مارشال و النقطة الرابعة و السوق الأوروبية المشتركة .

و بالرغم من الدعاية القوية التى قامت بها أجهزة الإعلام الإستعمارية و الأزمات الدولية التى أفتعلتها أجهزة المخابرات لأبقاء العالم على حافة الهاوية - على حد تعبير دلاس وزير خارجية أمريكا في عهد أيزنهاور - لأقناع شعوب العالم بحتمية الحرب العالمية الثالثة ، فقد صمد الرأي العام العالمي أمام تلك الممارسات و تشبث بالمبادئ التى أعلنها سابقا في ميثاق الأمم المتحدة و التى تمثل بحق خلاصة تجارب الشعوب المريرة .

و هكذا بادرت الشعوب الأسيوية و الأفريقية المتحررة إلى عقد مؤتمر باندونج ١٩٥٥ لأعلان موقفها من الأوضاع الدولية القائمة معبرة عن رأي ما يزيد على ١٢٥٠ مليون نسمة من سكان العالم إستطاعوا أن ينزعوا إستقلالهم من براثن القوى الإستعمارية خلال السنوات العشر التى تلت الحرب العالمية الثانية . و قد خلصت إلى ١٠ مبادئ تؤكّد على ضرورة التعايش السلمى . و قد مثل هذا المؤتمر دعما جديدا لأتجاهات الرأي العام العالمي بالرغم من مؤامرات أجهزة الدعاية و أخصائيي الفتن .

و الطريف أن تلك المبادئ العشر تؤكّد على الرأي العام العالمي و ليس الأسيوي و الأفريقي فقط ، فهى تهتم بالقضايا الأساسية المرتبطة بالحرب و السلام . فقد أبدى المؤتمر تخوفه من سباق التسليح الذري و النووي و أحتمال حدوث حرب ذرية عالمية ، و ضرورة الرجوع إلى مرجعية واحدة هى الأمم المتحدة ، و ضرورة تحريم الأسلحة الذرية و أن يتم ذلك تحت إشراف رقابة دولية فعالة ، و لمانع من إستخدام الطاقة الذرية في الأغراض السلمية . كما أكد المؤتمر على الحرية و الإستقلال و حق الشعوب في تقرير مصيرها و نظمها السياسية ، و التحرر من الشك و حسن النية و التسامح و التعايش السلمى بين الأمم ، و المبادئ العشرة هى

1. أحترام حقوق الإنسان الأساسية و أغراضه و مبادئ ميثاق الأمم المتحدة .
2. أحترام سيادة جميع الدول و سلامة أراضيها .
3. المساواة بين جميع الأجناس و الأمم كبيرها و صغيرها .
4. عدم التدخل في الشؤون الداخلية لبلد آخر .
5. عدم التدخل في حق كل أمة في الدفاع عن نفسها منفردة أو جماعيا وفقا لميثاق الأمم المتحدة .
6. عدم إستخدام تنظيمات دفاعية جماعية لخدمة مصالح ذاتية لأي دولة كبرى .
7. تجنب أعمال التهديد و العدوان و العنف ضد السلامة الإقليمية و الاستقلال السياسي .
8. تسوية المنازعات الدولية بالطرق السلمية كالتفاوض و التوفيق و التحكيم و التسوية القضائية أو أي وسيلة ترتضيها الأطراف المتنازعة وفقا لميثاق الأمم المتحدة .
9. تنمية المصالحة المشتركة و التعاون المتبادل .
10. أحترام العدالة و الألتزامات الدولية .

الرأي العام العالمي و دعم السلام و نبذ العدوان : يتضح ذلك في الرأي العام العالمي الذي ساند مصر عقب العدوان الثلاثي ١٩٥٦ ، و في العدوان الأمريكى على العراق ٢٠٠٣ ، و العدوان على فيتنام و كوريا و فلسطين و لبنان و غيرها . و من الواضح أنه كلما تحرر الإعلام العالمي من قيود التعتيم التى تفرضها عليه بعض

الدول الكبرى المعتدية كلما زاد تأثير الرأي العام العالمي و أمتد نفوذه ، و هذا ما حدث في أسبانيا حيث أن الجماهير أسقطت الحكومة في إنتخابات ٢٠٠٣ عندما علمت بمساندتها و مشاركتها في العدوان على العراق .

4. **الرأي العام النوعي :** قد يكون على نطاق محلي أو إقليمي أو عالمي . و هو الرأي العام الذي يسود بين طائفة و فئة معينة من شعب بعينه أو من مجموعة من الشعوب في وقت معين بالنسبة لقضية أو أكثر تهم هذه الطائفة أو الفئة و تمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مساهمًا . مثل الفئات الدينية أو العنصرية أو الطبقية أو الاقتصادية أو السياسية أو الثقافية أو الفنية أو المهنية ، مثل الرأي العام الإسلامي أو المسيحي في المسائل الدينية الخالصة ، أو الرأي العام العمالي أو الطبي إلخ .

و يلاحظ مثلًا أن الصهيونية أهتمت بالحصول على تأييد اليهود في جميع أنحاء العالم و سعت في السنوات الأخيرة إلى محاولة التأثير في الرأي العام المسيحي العالمي عن طريق أنتزاع وثيقة من المجلس البابوي تبرئ الأجيال اليهودية من مسؤولية سفك دم المسيح . أيضا أعتمدت النازية و الفاشية على نشر فكرهم في طبقات عنصرية لتكون سند و عون لهم فيما بعد . و لهذا يجب على الباحث في ميدان الرأي العام ألا يهمل الآثار الخطيرة التي تترتب على الأفكار و الآراء التي تسود بعض الفئات و العناصر داخل المجتمع بشكل يهدد بإنعزال هذه الفئة عن المجتمع تماما كما حدث مع الأقليات اليهودية في مختلف بلدان العالم .

المقومات المرجعية الأساسية للرأي العام في الدولة الحديثة

يؤثر الفرد في الجماعة و يتأثر بها ، و الفرد السوري يعيش ضمن جماعات و يتنقل فيما بينها طوال مراحل عمره بدءًا من الأسرة فالجيران فالمدرسة و الجامعة و الجامع و الكنيسة ، و كلما تقدم في العمر أتسعت أحتكاكاته بالجماعات التي يتعرف عليها من خلال الكتب و الصحف و وسائل الإعلام ، تلك الجماعات التي تتراوح ما بين الدينية و التعليمية و الحرفية و المهنية و الثقافية و الترفيهية و السياسية و الإجتماعية ، و لكل من هذه الجماعات أنشطتها و أهدافها ، ربما يميل الفرد أو يندمج في بعض هذه الجماعات ، إلا أن محصلة أحتكاكاته العامة بكل جماعات المجتمع تساعده على تكوين إطار عقلي و معرفي يفهم من خلال القضايا المختلفة ، و ذلك الإطار المعرفي المرجعي يختلف بالطبع من فرد لآخر ، لكن الجميع يستمدونها من ثقافة المجتمع ، و سوف نناقش أضلاع هذا الإطار فيما يلي :

أولا العادات و التقاليد و القيم و الموروثات الثقافية : تتقبل الشعوب معتقداتها المتوارثة بخيرها و شرها على أساس أنها حقائق و بديهيات و قيم لا جدال فيها ، حيث أنها كانت مثار جدل في أزمة سابقة و أنتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع فدخلت طور المعتقدات و الأخلاقيات و السلوك و التقاليد المتوارثة . و قد ضاقت مساحة العادات و التقاليد في العصر الحديث بينما أتسعت في المقابل مساحة الرأي العام فشملت كثير من الأمور التي كان النقاش فيها محرما مثل سفور المرأة و تعليمها و ختانها ، و يرجع السبب في ذلك إلى التطور الحضاري و العلمي و تطور وسائل الأتصال و المواصلات و الإعلام التي قاربت بين معتقدات الشعوب و أخلاقياتها و تقاليدها .

و تؤثر القيم و المعتقدات - خاصة السيئة منها - بشكل كبير جدا و بالغ الخطورة على الرأي العام لأن الفرد يحكم على القضايا من خلال مرجعيته لتلك القيم و المعتقدات مثل ضبط النسل ، و تكمن الخطورة في أن بعض

الجهات قد تستغل الجهل في المجتمع و مرجعيته إلى قيم و معتقدات خاطئة لتوجيه الرأي العام بما يتفق مع مصالحها الخاصة مثل الدجالين الذي يقموم الدين في أعمالهم . و هنا يأتي دور وسائل الإعلام بأخبارها مسؤولة عن دحض العادات و التقاليد السيئة و تنوير المجتمع و الترويج للقيم و العادات المفيدة كالتراحم و الصدق و الإدخار و العمل و التضامن و حقوق الجيرة إلخ ، و شرح سياسة الحكومة التي تهدف إلى توجيه موارد الدولة نحو زيادة الإنتاج و الأرتقاء بالتعليم و الصحة إلخ .

ثانيا الدين : يعتبر من أقوى العناصر التي توجه الرأي العام بل و سياسة الدول و مصائرهما ، فهناك دول تقوم على أساس ديني مثل المملكة العربية السعودية و باكستان و إسرائيل . فبالرغم من أن جوهر الأديان واحد و هو تمجيد قيم الخير و العدل و التقدم و نبذ الظلم و الشر و التخلف إلا أن مرور القرون قد أدخل كثير من البدع و الخزعبلات و التحيز في تفسير جوهر الأديان حتى فقد الدين جوهره و لم يبقى إلا البدع و الخزعبلات و التعصب التي ربما جعلت أبناء البلد الواحد يتقاتلون . أنظر إلى الحروب الصليبية بين الغرب و الشرق في العصور الوسطى و التوسع الأستعماري الأوروبي بحجة تحقيق رسالة الجنس الأبيض في نشر المسيحية و سيادة العالم ، أنظر أيضا إلى الحركة الصهيونية الإستعمارية الحالية .

ففي الوطن العربي لعب رجال الدين الوسطيين الملتزمين بجوهر الدين في مصر دورا كبيرا على مر العصور في مقاومة الحملات الصليبية و الحملة الفرنسية و المشاركة الفعالة في ثورة ١٩١٩ ضد الأحتلال البريطاني تحت راية الهلال و الصليب ، و في مقاومة العدوان الصهيوني الإسرائيلي على فلسطين و العالم العربي و الوقوف ضد العدوان الثلاثي ١٩٥٦ ، و في شحن همم المقاتلين في حرب أكتوبر ١٩٧٣ . أيضا قام أخوانهم في المغرب بمقاومة الغزو الفرنسي ، و أخوانهم في ليبيا بمقاومة الإيطاليين و المحافظة على اللغة و الهوية العربية حتى تم جلاء المستعمرين من تلك البلاد .

و في المقابل لعب المتزمتين المتسترين وراء الدين في السعودية ممارسات لعرقلة تعليم المرأة ، و التشكيك في كثير من الأمور العلمية مثل عزو الفضاء و إنعاش قبل المريض الذي قد يتوقف في الحوادث و العمليات الجراحية بأعتبار أن ذلك تعدي على الخالق و التدخل في أختصاصاته . و قد حدث الأمر نفسه مع جاليليو حيث تعرض للأضطهاد لمجرد أنه جرأ و قال أن الأرض كروية .

ثالثا التربية و التعليم : لا يستطيع النشء أن يعمل عقله في المراحل الأولى من حياته و من ثم فإنه يتعامل مع كل ما يتلقاه كمسلمات و لا يمكنه التمييز بين الحق و الباطل و هنا تكمن الخطورة ، فإذا كانت التربية و التعليم تغذي في عقول النشء روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية أو التعصب فإن الطفل يكبر و تكبر معه أنماط من السلوك و ألوان من التعصب و التحيز . و من أمثلة ذلك تغذية الفروق بين الأبيض و الأسود أو المسلم و المسيحي أو التفوق الجنسي كأن يقال أن العرب متخلفون بطبعهم أو أن المناخ في مصر لا يصلح لصناعة النسيج إلخ . و من ثم فإن هذا يكون له أثر كبير في توجيه الرأي العام للأجيال القادمة بما يمثل خطر على مستقبل الأمة و وحدتها .

لذا ينصح بعدم ترك التعليم مشتتا بين عدة جهات و سياسات تشرف عليه لأن ذلك سوف يخلق جيلا متنافرا في الأتجاهات و الأتتماءات و الأهداف ، فتوحيد مصدر الإشراف على التعليم يوحد بين عقليات الجيل و من ثم يساعد

على خلق رأي عام متماسك في المجتمع . كما ينصح بضرورة تحديد الأهداف و وضع سياسة بعيدة المدى و تدريب المعلمين تربويا و توعيته بأهداف رسالته السامية و قدسيتها .

و الواقع أن مجتمعنا يعاني من العديد من المشكلات التعليمية : فشبابنا ينقصه النظرة الشاملة للأمور على أساس من التفكير العلمي و المنطقي و تقبل الرأي الآخر و نقد النفس و الوعي بأهداف الوطن و حقوق المجتمع و صيانة كرامة المدرس و مركزة الإجتماعي . من جهة أخرى فإن المجتمع زاخر بالأمية ، لذا يجب محو أمية الكبار و تنويرهم و تعليمهم حقوقهم و واجباتهم كي يكونوا مواطنين صالحين لديهم أُنتماء لهذا الوطن ، و من ثم فهذا يشكل دعما قويا للرأي العام و يحقق مستقبل ديمقراطي حقيقي و مثمر . و تقع المسؤولية في تحقيق هذه الأهداف على رجال الدين و المعلمين و الإعلاميين .

رابعا المناخ السياسي السائد بالدولة :

الإرهاب يؤدي إلى رأي عام سلبي تجاه الدولة بسبب الخوف و السخط العام . فحرمان الشعب و قياداته من مناقشة المشكلات و القضايا الأساسية و الإسهام في توجيه الحكومة في جو من الحرية يؤدي بمرور الوقت إلى أنعدام التعاطف و التضامن و الثقة و الفهم بين الحكومة و الشعب و عزل كل منهما عن الآخر و فتح الباب على مصراعية للفتن و الإشاعات ، و من يكون المجتمع بيئة خصبة للمؤامرات الداخلية و الخارجية .

خامسا المناخ الأقتصادي السائد بالدولة :

كثيرة إذا كان هناك تافوت كبير في توزيع الثروة داخل البلد ، حيث يؤدي إلى انقسام الأمة إلى فئتين الأولى تتمتع بالقوة الأقتصادية و تمارس فرض رأيها عن طريق الضغط و الإكراه ، و الثانية فقيرة مسحوقة . كما أن أختلال الأوضاع الأقتصادية داخل الدولة و تعرضها للأزمات الأقتصادية مثل عدم توجيه رؤوس الأموال للتنمية الحقيقية أو الخضوع للتدخل الخارجي أو غياب العدالة و الديمقراطية أو سيطرة قلة طاعية على مقدرات الأمة و توزيع ثرواتها ، كل هذا يؤدي إلى البطالة و الفقر و الجوع و التضخم و انخفاض القيمة الشرائية للعملة ، و من ثم يؤثر في الرأي العام و يضعف من تماسك الأمة ، فالشعب الجائع لا يستخدم عقله و لا يقتنع بمنطق و هذا خطر كبير لأنه سيكون لقمة سائغة لمحترفي السياسة .

و قد شهد العالم مثلا واضحا حين أستطاع الحزب النازي في ألمانيا أن يستحوذ فجأة على نحو ٧ ملايين صوت من أصوات الناخبين ١٩٣٠ بالرغم من أن أعضاء الحزب لم يتجاوز ٣٨٩ ألف نسمة مما يعنى أن كل من أنضم إلى أعضاء الحزب من أفراد الشعب كان من العمال المتعطلين و الذين بلغ عددهم ٦ مليون عامل . و هكذا أستطاع الحزب النازي أن يتولى الحكم في ألمانيا مستغلا سخط الجماهير من الأوضاع الأقتصادية السيئة و طغيان النظام الرأسمالي الأحتكاري ، و فجأة تحول هذا الحزب إلى إتجاهات تعصبية عدوانية أنتهت بتدمير الشعب الألماني لنفسه في الحرب العالمية الثانية .

و يبدو أن الدول الكبرى قد تعلمت الدرس جيدا و أدركت أثر الأزمة الأقتصادية الحادة في أنحراف تفكير الشعوب ، لذا لجأت إلى سلاح المقاطعة الحصار الأقتصادي عن الدول النامية التي تنتهج سياسة تحريرية لا يرضون عنها . و جدير بالذكر أن مبدأ مصر الواضح في عدم الأنحياز قد سهل عليها إقامة علاقات أقتصادية مع جميع الدول .

سادسا التجارب و الثورات في حياة الشعوب و الشعوب الأخرى : تؤثر التجارب التى تخوضها

الشعوب في توجيه الرأي العام بشكل كبير ، و أيضا تستفيد الشعوب من تجارب بعضها البعض . فمثلا نجد أن الإستجابة الشعبية العامة لقرار تأميم قناة السويس ١٩٥٦ دون سابق تمهيد للرأي العام ينبع من التجارب التاريخية التى خاضها الشعب منذ حفر القناة حتى تأميمها و التى تمثل تاريخا أسود من الإستغلال الأحتكاري العالمي الذي لم تجن البلاد منه سوى الديون المتركمة و التدخل الأجنبي و الأستعمار و قمع الثورة العربية و أستعباد البلاد ٧٤ عام ، و قد لقي هذا القرار صدى و قبول عند كثير من الشعوب الآسيوية و الأفريقية و أمريكا اللاتينية التى تعاني هى الأخرى من نير الأحتكارات الأجنبية . و في ضوء التجربة المصرية قام شعب بنما بثورة عارمة ضد الأستعمار الأمريكى مطالبا بإجلاء المستعمرة و إسترداد قناة بنما منه . أيضا إستطاعت كثير من الشعوب المالكة للبترول الضغط على الشركات الأحتكارية الأجنبية للحصول على عائد أكبر مما كانت تحصل عليه .

و من الأمثلة الظاهرة أيضا أن أنتصار مصر في معركة العدوان الثلاثي ١٩٥٦ أنما يعود إلى بطولة الشعب المصري و حسن تقدي السياسة المصرية لأتجاهات الرأي العام الداخلي و الخارجي حيث أستطاعت الحكومة المصرية أن تستخدم الحرب الإعلامية لكسب تأييد الرأي العام العالمي و الأستفادة منه في الضغط على المعتدين .

أيضا كان الرئيس الأمريكى ايزنهاور موقفا في دراسته للرأي العام في معركة أنتخابات الرئاسة ١٩٥٢ حيث رفع شعار إنهاء الحرب الكورية مستغلا تجربة الشعب الأمريكى المريعة في تلك الحرب قرابة ٣ أعوام و خوف الشعب من أمتدادها إلى حرب عالمية ثالثة ، فالشعب الأمريكى كغيره من الشعوب عزوف بطبعه عن الحرب نتيجة تجاربه السابقة (خاصة بعد ما رأى أهوال و فظائع ما أحدثته قنبلتي نجازاكي و هيروشيما) ، و هكذا وجدت دعوة ايزنهاور قبولا من الرأي العام الذي يستند إلى خبرات قاسية عن الحرب . و قد تكرر الأمر نفسه في أنتخابات جونسون ١٩٦٤ الذي فضله الشعب على منافسه جولدووتر الذي كان يدعو صراحة إلى أستخدام القوة النووية و إشعال نيران الحرب .

و ربما تلك التجارب القاسية التى مرت بها الشعوب في حروبها قد كانت سبب في فشل الحرب الباردة في إنكفاء روح الحرب العالمية للمرة الثالثة .

أما الثورات فالظاهرة الأساسية للثورة هى تحرك الرأي العام في البلد الثائر لتحقيق الأهداف التى طالما سعى إليها الشعب و أمن بها و هى أهداف ذات جذور أقتصادية و إجتماعية و تاريخية عميقة . و الثورة هى مرحلة تطور من سلبية التفكير إلى إيجابية التنفيذ . و الثورة الناجحة لا تقتصر آثارها على البلد أو الشعب الذي قام بها و إنما تمتد على البلاد الأخرى ، فمثلا ثورة ٢٣ يوليو في مصر تلتها ثورات في بقية الدول العربية و كانت تجربة الشعب المصري في التصدي للعدوان الثلاثي نيارسا لشعب كوبا الذي قاوم هو الآخر محاولة العدوان على بلاده ، أيضا أمتدح أحد رؤساء أفريقيا ثورة ٢٣ يوليو و أعتبرها نيارسا لحركة الثورة في أفريقيا و الوطن العربي . و الآن ثورة اللياسمين في تونس تلتها ثورات في مصر و ليبيا و اليمن ...

سابعا الزعامة و القيادة : هناك نوعان من القادة ، الأول القائد المهرج أو الطاغية و هذا القائد يصل إلى

الحكم عادة في أوقات الأزمات العنيفة خاصة الأزمات الأقتصادية حيث يشيع اليأس و عندئذ تحين الفرصة لكي يتقدم هذا القائد الأنتهازي إلى الأمة و يستولى على قيادتها بالأمانى و الوعود المعسولة التى يوزعها بلا حساب مستغلا

الحالة النفسية والعقلية للجماهير وتعاون القوى الرجعية معه و سرعان ما ينقلب هذا القائد و يظهر على حقيقته و يحكم الأمة بالحديد و النهار و يسوق شعبه كالقطيع ليحقق رغباته الأثانية أو رغبات أسياده المختفين خلف الستار . و هذا النوع من القادة يعتبر الشعب وسيلة لا غاية و هو في نفس الوقت يحتقر الجماهير و يخافها و يسوقها لا يقودها و يخدعها و لا يخلص لها . و الرأي العام في ظل هذه القيادة لا وجود له فالنقاش محرم و القائد مؤله و السيف قائم على رقاب العباد ، و كان هتلر مثلا واضحا لهذا النوع من القادة .

أما النوع الثاني فهو القائد الزعيم ، فهو يأتي بانتخاب ديمقراطي سليم و إرادة كاملة للشعب ، و هو لا يدعي العصمة و لكنه يؤمن بالعلم و التجربة و حرية الرأي و النقد البناء ، و يستفيد من أخطائه التي كشفت عنها التجربة و هو يضع نصب عينيه دائما أن الشعب هو الزعيم الحقيقي و أن بقاء زعامته مرتبطا باستمرار تأييد الشعب له عن طريق انتخابات حرة و برامج إيجابية تعبر عن احتياجات الشعب و إرادته .

هناك أيضا نوعان من القيادة : الأول هو القيادة الفردية و تقوم على شخص واحد مستبد و يعيبها أن الإنسان بطبعه خطأ و من ثم فتركيز كل السلطة في يد واحدة يغري بإساءة إستعمال هذه السلطة و الأستبداد بأخذ القرارات التي تتصل بمستقبل الأمة . و الثاني هو القيادة الجماعية و تتولى الزعامة فيها جموع الأمة الممثلة في أحزابها و نقاباتها و جمعياتها المختلفة ، و هذه تكون بيئة خصبة لأزدهار الرأي العام .

ثامنا الأوضاع الدولية القائمة : تنعكس أثار الأوضاع الدولية القائمة بخيرها و شرها على الرأي العام الداخلي في كل بلد من بلاد العالم ، و ذلك أننا نعيش اليوم في عالم واحد ، فكما رأينا أن الحرب بين بلدين ما تلبث أن تمتد لتشمل دول أخرى متحالفة لتصير حربا عالمية ، و ذلك ما أفرزه الربع الأول من القرن العشرين من خلال حربين عالميتين . أيضا حدوث أزمة اقتصادية في عدد من كبار الدول ينتشر كالنار في الهشيم لتعم العالم كله و قد حدث ذلك مرتين الأولى في الثلاثينات من القرن العشرين و الثانية في أوائل القرن الواحد و عشرين ، أيضا الكوارث الطبيعية تلقي بظلالها على عدة دول ، و هذا ما شهدنا في موجة تسونامي و كارثة ثقب الأوزون . أيضا الخير يعم فالأكتشافات العلمية و التكنولوجية و الأعمال الأدبية و الفنية القيمة يعم نفعها على البشرية كلها ، فكم من أكتشافات طبية أو أبتكار أدوية فادت البشرية .

و للأسف يستغل بعض القادة الأوضاع الدولية السيئة للأحرف بالرأي العام في بلادهم لصرف نظر الشعب عن بعض القضايا الداخلية المهمة ، و مما لا شك فيه أن حالات التوتر الدولي التي تسود العالم منذ الحرب العالمية و حتى الآن تترك أثارا سلبية على اتجاهات الرأي العام ، و تعمل أجهزة الإعلام على إنكاء هذه الحالة و يشاركها في المسؤولية أجهزة المخابرات الكبرى . أما المؤتمرات الداعية للسلام و الاتفاقات الدولية التي تدعم التعاون الدولي فلها هي الأخرى أثرها الخيرة على اتجاهات الرأي العام ما لم يكن هدفها الخداع أو تمكين دولة كبرى من السيطرة على العالم تحت شعارات إعلامية و دبلوماسية براقية . و الخلاصة أن الأوضاع الدولية تؤثر في توجيه الرأي العام .

تاسعا المناخ الثقافي و الإعلامي : المجتمع السليم مبني على الفكر الديمقراطي الذي يحترم الإنسان بأعتبره كائن مفكر قادر على التمييز بين الخير و الشر ، و لكن هناك فكر منحرف ينظر إلى الأتسان من زاوية نفعية أستهلاكية حيث تحاول تلك النظم إغراق الجماهير في متاهات الغرائز و الغيبيات و الأنفعالات و أي شئى آخر غير أن

يعمل عقله و يفكر حتى يكون عجينة لينة مسلوقة الإرادة توجهها كيفما تشاء ، و من أمثلة ذلك نظرية دارون عن النشوء و الأرتقاء التي ترد أصل الإنسان إلى الحيوان و الذي بنى نظريته على أدعاء أن الإنسان قد لا يكون مسيرا بالعقل دائما و إن العنف و العدوان غريزتان طبيعيتان فيه . أيضا كان لفرويد و أقرانه نظريات في التحليل النفسي تميل إلى نفس الإتجاه المنحرف في التفكير .

و العجيب أنه بالرغم من ظهور نظريات تنقد تلك النظريات المنحرفة إلا أن هذه النظريات المنحرفة قد أستهوت بعض المشاهير من الأدباء و الفنانين لينسجوا منها كتاباتهم و إنتاجهم الذي حاصروا به الشباب و الأطفال في وسائل الإعلام و الثقافة المختلفة ، حيث نجد أن أغلب الأنتاج الفني و الأدبي ينحصر في متاهة الجنس و الجريمة و العنف و الغرائز الجامحة البدائية و الترويح لقيم بعيدة عن المنطق و التفكير السليم ، و يعد هذا تربة صالحة لنمو نظم سياسية تتبنى الفكر المنحرف الذي يعمل على إلغاء العقل و التفكير و الدعوة إلى الطاعة العمياء بغية الوصول إلى نتائج سريعة و سيطرة الناس كقطعان الماشية كما حدث في ألمانيا و إيطاليا .

و مما لا شك فيه أن البيئة الثقافية و الإعلامية تؤثر في الرأي العام ، و لذا ينبغي على كل من يدرس الرأي العام أن يحدد المجتمع الذي يدرسه و البيئة الثقافية لهذا المجتمع حتى يستطيع معرفة ما إذا كانت الجماهير مضللة و سريعة الأتقياد و تحكمها الغرائز و العواطف الجامحة أم أنها صلبة أعتادت النقاش و الجدل و النقد قبل تكوين رأي . فالمنحرف الثقافي و الفني و الإعلامي الذي يعيشه الإنسان من الطفولة إلى البلوغ يؤثر تأثيرا بالغا على تشكيل عقله و تفكيره و قيمه و مشاعره و ذوقه و إرادته و أنفعالاته ، فما لم يكن ذلك المناخ صالح فلن يتكون عند المجتمع رأي عام صحيح ، بل ربما كان سببا في أنتشار العنف و الكره و التشاؤم و اليأس و الإشاعات و العصبية و تبرير التعالي و العنف و الأستغلال .

و في بلادنا الحديثة الأستقلال يقوم الفن و الأدب بمهمة الحفاظ على القيم الأخلاقية الإيجابية بهدف الحفاظ على وحدة المجتمع و الأنتصار على عوامل التخلف و الجمود ، و لذا ينبغي أن يعايش الفن حياة الجماهير و نبض الشارع و أحاسيس الناس و أنفعالاتهم و بث روح مقاومة العدوان و التخلف فيهم و أيضا تغذية روح الكفاح و التفاؤل و الأيمان و الثقة بالنفس و بالمستقبل و العمل و الأنتاج و التطور . و الواقع أن وسائل الإعلام كان لها الفضل في القضاء على فكرة أرستقراطية الفن و الأدب و جعله مادة مستصاغة للعامة و تعالج قضايا الناس .

الدعايا تستغل الخواص العقلية و النفسية للتفكير في التأثير على الرأي العام

يعتمد العقل في عملية التفكير على أستخدام الرموز و الأنماط و التجسيد و الميل إلى التبرير و الإبدال و الإسقاط و التحويل ، و سنتناول كل خاصية من هذه الخصائص و كيف تستغلها أجهزة الدعاية (ذات الطابع السياسي) في محاولة السيطرة على عقول البشر :

1. **الترميز** : يلجأ العقل الإنساني إلى خلق الرموز كعملية حتمية و أساسية تساعده على تنظيم التجارب الإنسانية العديدة في شكل مبسط حتى يسهل عليه تبويبها و أختزانها و تذكرها ، و تعتبر اللغة و الأرقام و التصورات هي رموز عقلية . و تختلف مدلولات تلك الرموز من ثقافة لأخرى فمثلا يختلف معنى الحرية من جماعة لأخر و ذلك

حسب ما تحمله كل جماعة من عادات و تقاليد و أفكار ، و هذا يجعل من الصعب التفاهم بين جماعة و أخرى ، فالمصطلحات الهندسية مثلا لا يفهمها غير المهندسين و المصطلحات الطبية لا يفهمها غير الأطباء و هكذا . فإذا وسعنا الدائرة يمكننا أن نقول أن لكل حضارة رموزها العامة الأساسية ، هذه الرموز تمثل الأطار أو القالب العام للتفكير عند أبناء هذه الحضارة بل و تعتبر بمثابة معتقدات أساسية عندهم .

و تلك الرموز تتمثل في عبارات و أشياء و أشخاص يحيطها المجتمع بالتقديس و الاحترام مثل الأضرحة و الأماكن التاريخية و الأناشيد و مشاهير الأشخاص ، أيضا تتخذ بعض الجماعات الصغيرة داخل المجتمع رموزا خاصة كمقطوعة موسيقية أو مكان يرمز للصدقة أو الحب إلخ .

و أجهزة الدعاية الآن تعلم كيف تستخدم هذه الرموز بمهارة و بشكل موسع بهدف إستثارة الرأي العام نحو ما تريد ، فمثلا أعتد زعماء النازية على الترويج لشعارات مثل الصليب المعقوف و السلام النازي و بعض الأعلام و الأناشيد و الأزياء الرسمية إلخ ، أيضا من أمثلة ذلك الشعارات و الماركات و الصورة و الرسوم الرمزية و صور المشاهير .

2. **التمهيط :** الأنماط هي رموز تستخدم على نطاق واسع في عملية تكوين الرأي العام ، و هي تعبر عن مجموعة من الأفكار السابقة المكتسبة من حضارة المجتمع و التي جمدها الزمن ، و من أشكالها الأمثال الشعبية و الجمل المشائعة و الأغاني و التصاوير و التماثيل و الأعلام ، و تنبع من خاصيتين نفسييتين هما : خاصية تحويل المجردات إلى محسوسات ، و خاصية التبسيط ، فإستخدام الأنماط في عملية التفكير ضرورة يلجأ إليها العقل لتبسيط تخزين المعلومة و تنظيمها و إسترجاعها عند الحاجة .

و تتضح خطورة التمهيط في أنه يصنف الأفراد و الجماعات و يضعها في قوالب جامدة و يصدر عليها أحكام مسبقة و يتعامل معها على هذا الأساس ، و مثال على ذلك أن صورة الحماة (أم الزوج أو الزوجة) تحظى بصورة نمطية سيئة في الأمثال الشعبية ، أيضا تحظى بعض الفئات بصورة نمطية سيئة كارتباط المنوفيين بالبخل و الصعادية بالغباء إلخ . و لا شك في أن في هذا ظلم جائر ، و قد تستغل بعض أجهزة الدعاية هذا الأنماط لتثير الحقد و الفتنة بين الأقليات الجنسية تماما كما فعلت الدعاية النازية لإثبات نظرية التفوق العنصري .

و من التجارب الرائدة في هذا المجال أن مكتب الأبحاث الإجتماعية التطبيقية بجامعة كولومبيا قام بعمل دراسة عن صورة الأنجلوساكسونيين البيض البروتستانت في وسائل الإعلام و مقارنتها بصورتهم لدى الشعب الأمريكي ، و تم عرض نتائج الدراسة في اجتماع عقد لـ ٦٠٠ كتاب و محرر و فنان و ناشر و إعلامي أمريكي في مسرح باريترون بلازا بنيويورك ١٩٤٥ ، و تشير نتائج الدراسة إلى أنه من تحليل ١٨٥ قصة قصيرة تم نشرها في ٨ مجلات أمريكية شهيرة على مدار ٧ أعوام ثبت أن ٩٠,٨٪ من الشخصيات البارزة كانت أنجلوساكسونية و أن ٩,٢٪ من الشخصيات كانت لأجناس أخرى يتكون منها الشعب و أن عدد الشخصيات الزنجية في النسبة الصغيرة لم يتجاوز ١٦ شخصية ، و كانت تلك الشخصيات الأنجلوساكسونية البارزة تظهر دائما بمظهر لائق و مشرف و خير و جميل و محب و تحمل أعلى المناصب ، بينما تصور الزنوج بالكسالى و اليهود بالماكرين و الإيرلنديين بالمخرفين و الإيطاليين بالمجرمين إلخ . و للأسف أن الدراسات التحليلية لمضمون وسائل الإعلام كالمسرحيات و الأفلام و برامج الإذاعة و المطبوعات الهزلية و الجرائد السينمائية و الإعلانات أدت و لا تزال تؤدي حتى يومنا هذا نتائج مشابهة بصفة عامة لنتيجة الدراسة الصحفية سالفة الذكر .

و يلاحظ أن العرب (بعد أحتدام الصراع العربي الإسرائيلي) قد تعرضوا في السنوات الماضية لمحاولات دعائية معادية لترويج مجموعة من الأتماط المسيئة لهم في أجهزة الأعلام العالمية .

و من مزايا إستخدام الأتماط سهولة التذكر و الترويج و الإثارة و التهيج ، وخاصة للجماهير قليلة الحظ و الثقافة.

3. **التجسيد :** يعتبر التجسيد من الخواص الملازمة لعملية التفكير (ما لم يتمرن الإنسان على التفكير المجرد) ، و

منذ بزوغ الإنسانية و الإنسان يجسد قوى الطبيعة في شكل آلهة و شياطين ، و في الفنون و الآداب الشعبية يتم تجسيد كثير من المجرّدات كالقيم الأخلاقية و العدالة و الحرية و القانون . و الكتب الدينية عامرة بألوان عديدة من التجسيد للمجرّدات فمثلا نجد القرآن يجسد فكرة الإنفاق في سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل ، و تجسيد لشكل الجنة في سورة محمد "مثل الجنة التي وعد المتقون فيها أنهار من ماءٍ غير آسن و أنهار من لبن ...".

و تتسع عملية التجسيد في مجتمعنا الحديث لتشمل جميع نواحي الحياة الإنسانية (مجتمع ، سياسة ، اقتصاد) ، فعند الحديث عن الأقتصاد العالمي يتبادر إلى الذهن صور أشخاص معينين ، و عند الحديث عن الوطن أو الأسرة أو المدرسة أو العمل إلخ يتبادر لذهن كل منا صورة معينة تمثل ذلك الشئ .

و يستغل خبراء الدعاية و النحاتون و الفنانون الشعبيون و رسامو الكاريكاتير و الكارتون هذه الخاصية في إثارة عواطف و أنفعالات الجماهير بتجسيدهم للمواقف و القضايا و القيم الإجتماعية و السياسية . و من أجمل الأمثلة في ذلك أن الفيلسوف أوجست كونت نصح تلاميذه و مريديه أن يصنعوا شعارا للإنسانية يتجسد في صورة امرأة جميلة من شهيرات النساء في التاريخي البشري .

4. **التبرير :** يلجأ العقل البشري إلى نوع لا شعوري من ألوان خداع النفس عن طريق تفسير بعض ألوان من

التفكير و السلوك غير المنطقي و غير السوي الذي يقدم عليه الإنسان أحيانا في ضوء أسباب مقبولة أجتماعيا بغض النظر عن الأسباب و الدوافع الحقيقية . و يبرر علماء النفس هذه الخاصية بأنها محاولة لأسكات الضمير للتخلص من القلق و الصراع النفسي و الإحباط و لو بخداع النفس على حساب الحقيقة و الحق و العدل و غيرها من القيم التي يؤمن بها .

و يستغل السياسيون و رجال الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة هذه الخاصية العقلية إستغلالا كبيرا لكسب الجماهير عن طريق إشاعة سيل من المبررات القوية بدلا من توضيح الأسباب الحقيقية وراء قضية معينة أو إجراء ما . فالسياسيين يقدمون تفسيراً لأفعالهم أو لدفعهم إلى أعمال معينة تبدو أنها لا تستقيم مع الحق و العدل و التفكير السليم ، فهتلر كان بارعا في تقديم تبريرات كافية لأتباعه لكي يدفعهم إلى إستخدام القوة و العنف مستغلا تحيزهم العنصري و رغبتهم في إثبات وجودهم و تحقيق ذواتهم على حساب الأجناس الأخرى ، و هذا تماما ما تحاول إسرائيل فعله في فلسطين و الولايات المتحدة في العراق و أفغانستان لتبرير العنف و السجون و هذه الخاصية تفسر لنا كيف أستطاع رجال الدعاية خلق المبررات الكافية لجعل مجتمع البيض يضطهدون الزنوج و الملونين ، و كيف أستطاع السياسيون أن يجدوا المبرر للأبادة الجماعية ضد شيوخ و نساء و أطفال و عزل ، تماما كما حدث في ليبيا على يد القذافي أو ما حدث في هيروشيما و نجازاكي و العراق على يد الأمريكان أو ما يحدث في فلسطين على يد الإسرائيليين ، أو ما حدث في البوسنا و الهرسك و كسوفو و الشيشان لقمح حركات التحرر و إعادة توزيع مناطق النفوذ بعد أنحلال الإتحاد السوفيتي .

5. **الأبدال أو التحويل :** هو عملية لا شعورية يلجأ إليها العقل في حالة وجود عائقا في موضوع يصعب على العقل التعامل معه فيقوم تلقائيا بالتحويل إلى موضوع آخر قريب الشبه أو الصلة بالموضوع الأول و لكن يسهل على العقل التعامل معه . فكره التلميذ لوالده قد يتحول للمدرس أو المدرسة (لأن عقل الولد يأبى أن يكره أبوه فيحول العقل تلقائيا هذا الكره إلى شخص المدرس أو المدرسة فيهرب منها) .

و عملية الأبدال لا تتم على نطاق الفرد فقط و إنما على نطاق الجماعة أيضا ، و لذا يستغل الساسة و رجال الدعاية هذه الخاصية في تحويل إتجاهات الرأي العام في وقت الأزمات . و مثال على ذلك أن هتتر نجح في تحويل سخط الشعب الألمان على الحالة الإقتصادية السيئة إلى سخط على اليهود و الشرق و الغرب في آن واحد ، كما نجحت بعض الأحزاب في توظيف هذه الخاصية و إقناع البيض بتويل سخطهم على الأزمة الاقتصادية إلى سخطهم من الزنوج و الملونين (المنحدرين من أصول غير أوروبية) بحجة أنهم سبب الأزمة و سبب بطالة البيض .

6. **الأسقاط :** هو تفسير العقل لأعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا ، فالبخيل أو المغرور أكثر الناس أتهاما لغيره و ذلك لأنه يخجل من أن يتصف بهذه الصفة فيريح نفسه بأن ينسب لجميع الناس الصفة الموجودة داخله ليبرئ نفسه منها ، بأختصار تبحث النفس عن كبش فداء توارى فيه أخاطأها .

يستغل رجال الدعاية هذه الخاصية في العقل لترويج الشائعات التي لا سند لها من الواقع و التي ترمي إلى إشاعة الأحتقار أو الكراهية لشعب من الشعوب أو جماعة ما أو للسلطة الحاكمة . و من أمثلة ذلك أن الساسة في إسرائيل و الولايات المتحدة يقومون بتوجيه الاتهامات بالأرهاب و التعصب على شباب المقاومة الفلسطينية و اللبنانية و العراقية لأخفاء نواياهم العدوانية و ممارساتهم اللا إنسانية ضد الشعوب العربية .

7. **التعويض :** يلجأ العقل إلى التعويض في حالة تعرضه للأضطهاد الداخلي أو الخارجي و ذلك بهدف إثبات الذات و الشعور بالرضا كنوع من رفع الروح المعنوية . مثل صمود الشعب الياباني أمام الأحتلال الأمريكي لبلاده بعد الحرب العالمية الثانية حيث عوض الشعب الياباني هزيمة العسكرية بأكتساح ساحق للأسواق الأمريكية و العالمية في شتى المجالات ، فبالصمود و الثقة بالنفس و إستلهاهم القوة من تاريخ الأجداد و عزيمتهم الجبارة التي لا تعرف اليأس و تقاليدهم التليدة في الفروسية و حب الوطن و العمل و الشغف بالمعرفة استطاعوا أن يحوضوا الهزيمة بأقتصاد قوي يعد مصدر قلق للأقتصاد الأمريكي ، و نفس الأمر فعله المصريين في حرب ٧٣ لمحو هزيمة ٦٧ . و من الأمثلة الفردية طه حسين الذي عوض فقد بصره بالوصول إلى الدكتوراة من فرنسا .

8. **التطابق :** يستخدم العقل هذه الخاصية كطوق نجاة للفرد من أضطهاد الجماعة أو السلطة الحاكمة الدكتاتورية له إذا لم يتطابق رأيه المعلن مع إتجاهاتها و مراميها ، فيتجه العقل إلى الأنفاق الظاهري مع رأي تلك السلطة القاهرة (بالرغم من أختلافه الباطني معها) حتى لا يتعرض للاتهام بالتطرف أو الألحاد أو الخيانة . فبعض المفكرين الواعين المستنيرين (غير منحرفي التفكير) يكون لديهم من المعرفة و الخبرة التي تفوق المجتمع و هؤلاء يكونون غير قادرين على التوافق مع جهل المجتمع ، و لكن نجد من بينهم من لديه الشجاعة لأظهار آراء تخالف المجتمع و هو على الأستعداد للتضحية من أجل مصلحة المجتمع ، و من أمثلتهم المسلمين و المسيحيين الأوائل الذين بدأوا قلة مضطهدة و أنتهوا بأغلبية ساحقة .

9. **التقمص :** يتقمص الطفل شخصية أبيه أو أخيه الأكبر أو مدرسه أو شخصية محببة إليه سواء كانت شخصية

حقيقة أو وهمية (في مسلسل تليفزيوني أو قصة) ، و هنا يكمن الخطر في أن تكل الشخصيات الوهمية إذا كانت خارجة عن نطاق القيم و الأخلاق التي يرتضيها المجتمع فإن تقمص هذا الدور يسبب مشكلات في المجتمع . و تسعى الدول الكبرى إلى الترويج لقيمها القومية الخاصة و أسلوبها في الحياة و سلوك مجتمعا كنوع من صبغ المجتمعات الأخرى بنفس قيمهم الحضارية ، و تلعب وسائل الأعلام العالمية دورا كبيرا في الهيمنة الثقافية على شعوب العالم الثالث حتى يتقمص شبابهم أساليب الحياة الغربية في الملبس و المأكّل و الكلام .

الدعايا تستغل الدوافع الأساسية للسلوك البشري في التأثير على الرأي العام

تسعى الدعايا إلى السيطرة على الأتسان من خلال دراسة أحتياجاته الأساسية التي تدفعه إلى التحرك لأشباعها ، و تلك الأحتياجات تبدأ بأحتياجات شخصية كالمحافظة على الحياة من خلال الأكل و السكن و الجنس إلخ ، و يليها أحتياجات إجتماعية مثل الرغبة في الأتماء لأسرة أو جماعة . و هنا دور الدعايا في دراسة تلك الأحتياجات و الدوافع و كيفية إستغلال نواحي القوة و الضعف فيها بهدف التأثير على الرأي العام و توجيهه نحو أهداف محددة (أقتصادية ، إجتماعية إلخ) . و قد وجد قسم علماء النفس الدوافع البشرية إلى مجموعتين رئيسيتين نستعرضهما على النحو التالي مع تبين كيف يمكن للدعايا إستغلالهما في التأثير على الرأي العام :

1. **الدوافع البيولوجية :** تتبع هذه الدوافع من حرص الإنسان على إستمرار الحياة ، و تمثل تلك الأحتياجات حجر الأساس في بناء نظرية الدوافع السلوكية . و قد أثبتت البحوث أن الأحتياجات العضوية تتبع أساسا من محاولة الكائن الحي المحافظة على وجوده و ذلك بالمحافظة على سلامة الدورة الدموية و إستقرارها عن طريق توفير النسب اللازمة من الماء و الأملاح و السكر و البروتين و الكالسيوم و الدهون و الأكسوجين و الحرارة و الفيتامين و الهرمونات إلخ . و هكذا أستطاع علماء النفس تفسير أن أشتهاء الإنسان للون معين من الطعام إنما يرجع حقيقة لنقص الجسم لهذا النوع من الطعام . و من ثم فإن الحاجة الأولى للطعام ترتبط بوجود الإنسان و بقاءه و هى تسبق كل الدوافع الأخرى فكل الدوافع تتلاشى أمامها فالإنسان الجائع لا يمكنه أن يقرأ الشعر أو يكتب قصة ، و قد صور فكتور هيجور هذه الدوافع في روايته الشهيرة "البؤساء" .

مثال ١ : و قد إستغل النازيون هذه الحقيقة (و هى الحاجة للطعام) في الوصول إلى الحكم في الثلاثينات من القرن العشرين إبان أشتداد الأزمة الأقتصادية العالمية و ما صحبها من فقر و بؤس حيث وجهوا دعايتهم للعمال العاطلين ملوحين لهم بالطعام عن طريق الوعد بتوفير العمالة الدائمة لهم و هكذا فازوا بأصوات ٦ ملايين عامل عاطل و جائع (بالرغم من أن عدد أعضاء الحزب لم يتعدى ٣٠٠ ألف شخص) .

مثال ٢ : أيضا أستخدمت أمريكا سياسة التجويع و الضغط الأقتصادي أكثر من مرة ، فقد منعت شحنات القمح عن مصر في وقت لم يكن المخزون يكفي لأستهلاك البلاد لأكثر من أربعة أيام و كان هذا أحد أساليب الضغط لأسقاط نظام الحكم أو زعزعة مركزة بعد أن رفضت مصر مبدأ أيزنهاور لسد الفراغ المزعوم في الشرق الأوسط نتيجة هزيمة العدوان الثلاثي عام ١٩٥٦ . و قد أتبع نفس الأسلوب مع اليونان بعد الحرب العالمية الثانية ، حيث هددت بمنع شحنات القمح و تعريض الشعب اليوناني للهلاك إذا ما أنتخب حكومة أشتراكية للبلاد و بالفعل أثر ذلك في إتجاهات الناخبين ، و نفس الأمر تم مع العراق حيث تم فرض الحصار الأقتصادي على العراق و غيرها من شعوب العالم الثالث .

و الواقع أن الجائع لحد الهلاك تختلف فلسفته و نظرتة للأمور ، فالمدينة الفاضلة عنده هي ذلك المكان الذي يوفر له الطعام بقية عمره و هكذا تتحقق السعادة الكاملة ، و كل ما يقال عن الحرية و الحب و الاحترام و الأدب و الفلسفة و القيم كله هراء طالما باتت المعدة خاوية (و إن كان الكاتب السوفيتي إيليا أهرنبرج كان له رأي عكس ذلك أشار إليه في روايته الشهيرة "ليس بالخبز وحده يحيا الإنسان" و التي رأى فيها السوفيت أن الشعب بدأ يتطلع لما بعد الحاجة و هي مرحلة الوفرة و الرفاهية) . لكن الحقيقة أن إشباع الحاجة الأساسية بقدر كافي يسمح بظهور حاجات أخرى و هكذا .

2. **الدوافع الاجتماعية :** تتكون الدوافع الاجتماعية من سلسلة من الأحتياجات تحتل مكانها تنازليا في نظام تسلسل الأحتياجات الأساسية للإنسان على النحو التالي :

★ **الحاجة للأمان :** يسعى الإنسان إلى التحرر من الخوف و التهديد و الحرمان الذي ينشأ عن اختلال الأمن و المرض و الفصل التعسفي و الأضطهاد و ما شابه ذلك . و ما قلنا عن الأحتياجات العضوية ينطبق تماما على الحاجة للأمان فهي تسبق بقية الحاجات الاجتماعية حيث يجند الإنسان كل إمكانياته في توفير الأمان حيث أن انعدام الأمان يؤثر على تفكير الإنسان و نظرتة للعالم من حوله . و تبرز أحتياجات الأمان بصورة واضحة في أنفعالات الطفل إذا واجه مواقف تهدد أمانه كأحتمال سقوطه من ذراع أمه و المعاملة الخشنة أو الضوضاء المفاجئة فيبدأ بالصراخ لأنه لم يتعود على كتمان أنفعالاته كما يفعل البالغين .

مثال ١ : و تستغل الدعايا القائمة على الحرب النفسية بصفة خاصة هذه الحاجة إلى الأمان أستغلالا كبيرا جدا فالإرهاب الذي تمارسه النازية و الفاشية إنما يستهدف إخماد أصوات المواطنين عن طريق إثارة دوافع الأمان الكامنة لديهم كي يؤثرون الصمت طلبا للأمان و يطيعون زعيمهم الملهم (هتلر أو موسيليني) .

مثال ٢ : صنعت الشيوعية هالة من الرعب حولها لتخيف أعدائها ، و هذا ما سماه الرئيس الأمريكي ترومان في مذكراته بهستريا الشيوعية و قد كان هدف الدعايا الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية هو محو آثار أنتصارات الروس ضد النازية التي كانت تحظى بأعجاب الشعوب آنذاك .

مثال ٣: و قد تعلم الصهاينة الدرس فأعتمدوا على إستغلال دافع الأمان في مخاطبتهم ليهود العالم و دعوتهم للهجرة لإسرائيل حيث الأمان الدائم لهم و لأولادهم على مر السنين و حيث الأستقرار بعد طول التشتت . و من جهة أخرى فقد عمدت إسرائيل إلى خلق هالة من الرعب حولها خلال حرب الأستنزاف ١٩٦٩ لتحطيم معنويات المصريين عن طريق غارات بطائرات الفانتوم و السكاء هوك الأمريكية على الأهداف المدنية (مثل مدرشة بحر البقر و مصنع أبي زعل المدني) و أن خلف خط برليف جيش لا يهزم و تكنولوجيا متفوقة جدا ، و كان هدفهم أجبار المصريين على قبول التفاوض معها و الأستسلام لشروطها تحت تأثير الرعب .

مثال ٤ : أيضا أستغلت الولايات المتحدة الدافع نفسه لتدمير الأتحاد السوفيتي من الداخل ، مما أدى إلى إنحلاله و تفككه و ضياع مركزه المرموق كدولة عظمة . و قد كررت الأمر نفسه بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ لأرهاب شعبها و شعوب العالم عامة تمهيدا لغزو أفغانستان ثم العراق بدعوى أمتلاكها لأسلحة الدمار الشامل المزعومة .

مثال ٥ : أستغل الألمان حاجة الأمان في تحطيم معنويات الشعوب الأخرى و إخضاعهم ، و قد نجحت النازية

في ذلك خلال الحرب العالمية الثانية ، فكان هتلر يقول "لماذا أخضع الأعداء بالوسائل الحربية ما دام في وسيعي أن أخضعهم بوسائل أخرى أرخص وأجدي" و كان يرى أن عملية إستعداد المدفعية و هجوم المشاة لابد أن يسبقها حرب نفسية تحطم نفسية العدو ، و أشار إلى أن من اسلحته الأضطراب الذهني و تناقض المشاعر و الحيرة و التردد و الرعب الذي يدخله في قلوب الأعداء ، حيث أن كل هذا يؤدي إلى فوضى اجتماعية و من ثم يسهل ساعاتها التدخل العسكري ليفتك بهم . و يؤكد إدموند تايلور في كتابه "إستراتيجية الرعب" كيف أن الألمان قد أغرقوا ضحاياهم بقصص رعب و أنهزامية عن طريق الراديو و الإشارات بهدف أحداث بلبلة و تثبيط الروح المعنوية لأعداءهم و من ثم تشكيك الجماهير في تلك البلاد في إخلاص حكومات الحلفاء و قدرتها على إسعاف البلاد في المحنة .

و جدير بالذكر أن هناك ظاهرتان ترتبطان بهذه الحاجة : الأولى تتمثل في ميل الإنسان العادي إلى الأشياء المألوفة و تفضيلها عن الأشياء الغير مألوفة لأن ذلك يعطيه الشعور بالاستقرار ، كما يقول المثل المصري "اللي تعرفه أحسن من اللي متعرفوش" . و الثانية تتمثل في ميل بعض المرضى العقليين إلى التصرف كأطفال خائفين حيث يفعلون لأخطار و هواجس غير ملموسة و غير معروفة و يتصرفون دائماً و كأن كارثة كبرى على وشك الوقوع ، و يعيشون دائماً في حالة طوارئ نفسية و يبحثون عن شخص قوي يعتمدون عليه ليحميهم . و الواقع أن تلك الظاهرة المرضية تصيب المجتمعات في حالة الكوارث الطبيعية و الحروب المتتالية و المجاعات و الأزمات العنيفة .

★ **الحاجة للحب :** إذا ما أشبعت الحاجات العضوية و حاجة الأمان بدرجة كافية فإن دفعة جديدة من الحاجات تأخذ طريقها إلى الظهور و هى الحاجة للحب و العاطفة و الأنتماء و الترابط الاجتماعي و المكانة . و يشير علماء النفس إلى أن عدم أشباع الحاجة إلى الحب و الصلات الإنسانية قد يؤدي إلى أمراض نفسية خطيرة ، و على العكس فإن المجتمع المتحاب هو مجتمع صحي سليم تبلغ إنتاجيته حداً الأقصى فالفرد أو الجماعة التى تفتقد الحب و الأنتماء غالباً ما تنجح إلى الثورة أو الهجرة ، فالثورة عموماً تخرج بسبب الشعور الجارف بإنعدام الحب و التعاطف و سيادة الظلم و الأضطهاد . و يجب أن نؤكد هنا على أن الحب لا يعني بالضرورة الجنس ، فالجنس يمكن دراسته كحاجة عضوية منفصلة أما الحب فهو حاجة إنسانية متميزة مثال ١ : أعتمدت الدعايا المعادية للعرب على إشاعة روح الكراهية و دعم شعور الأنفصال لدى الأقليات الدينية و الجنسية و هذا ما حدث بالفعل في لبنان و حاولوا فعله مرار في مصر و الجزائر . و على النقيض تسعى كل دولة إلى رعاية مصالح شعبها و طوائفه رعاية كاملة بهدف نشر الحب و دعم الوحدة و الشعور بالأنتماء .

★ **الحاجة للتقدير و الاحترام :** الواقع أن احتياجات التقدير وثيقة الصلة بأحتياجات الحب و هى تتمثل في حاجة الإنسان إلى احترام نفسه و الحصول في الوقت نفسه على احترام الآخرين له على اساس ثابت ملموس من الكفاءة الحقيقية أو الإنجاز العظيم أو المركز المرموق أو السلطة و النفوذ . و إشباع هذه الحاجة يؤدي إلى الشعور بالثقة و الإحساس بالنفع للآخرين ، اما عدم إرضاء هذه الحاجة فيؤدي إلى الشعور بالضالة و العجز و الإنكماش و الانحراف كنوع من التعويض ، و هذا يبرر لنا لماذا الطالب الفاشل يلجأ إلى المشاكسة أو الإنطواء على نفسه .

مثال : نرى المعلنين يلجأون في ترويج سلعهم إلى أن من يمتلك هذه السلعة (السيارة مثلاً) هو إنسان مرموق

، أو أن من يسافر على طيران كذا إنسان محترم و هكذا .

★ **الحاجة لتحقيق الذات :** تحتل المرتبة الرابعة في الحاجات الإجتماعية المؤثرة في سلوك الإنسان ، فالإنسان لا ينظر لها إلا بعد إشباع الحاجات السابقة . و تختلف أشكال تحقيق الذات من شخص لآخر ، فقد تأخذ بعض النساء شكل الرغبة في أن تصبح أما مثالية ، و قد يأخذ بعض الأشخاص شكل الرغبة في تحقيق بطولة رياضية أو التفوق في الرسم أو الموسيقى أو التأليف أو الاختراع . و الإنسان المحروم من ممارسة حقه في تحقيق ذاته لا يشعر بالسعادة الكاملة مهما توافرت لديه أسباب لأشباع كافة الاحتياجات الأخرى .

و نظرا لأن إشباع كل تلك الاحتياجات بدرجة كافية يعد أمرا بالغ الصعوبة لذا نجد أن الأنظمة تتنافس على أدعاء قدرة كل منها على تحقيق السعادة الكاملة للإنسان المعاصر بتلبية كافة الاحتياجات بما في ذلك حاجاته لتحقيق الذات . و هناك أمرين يجب أن ننوه لهما : الأول أن هناك عوامل أخرى تتحكم في سلوك الإنسان كالعقيدة الراسخة ، و هذه لا تنطبق عليها نظرية الدوافع مثل ثبوت المسلمين و المسيحيين الأوائل رغم ما لاقوه من تعذيب و إضطهاد و قتل ، و مثل ما نراه من رجال المقاومة في العراق و فلسطين و كثير من بلدان العالم . الثاني أن ميدان بحوث الدعاية واسع و متشعب الجوانب و ما قدمناه هنا هو جانب واحد من جوانب متعددة .

الدعاية و أساليبها التقليدية و المستحدثة في تغيير الرأي العام

بداية نود أن نلفت الأنتباه إلى حقيقتين مهمتين أنتهت إليهما الدراسات الإعلامية و النفسية الحديثة ، و هما : أولا أنه من الصعب تغيير الآراء الراسخة و من ثم فإن مهمة الإعلام و الدعايا تكون أكثر يسرا و فعالية إذا كانت متعلقة بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء و اتجاهات حيالها . ثانيا أن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائما أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث و الذي يكون عادة أبطأ في تكوين رأيه و غالبا ما يكون مذبذبا في اتجاهاته و فريسة للشائعات و الإنحرافات و يتسم رأيه في النهاية بالتطرف و السطحية و تغليب الأفعال الطارئ على التفكير السليم .

أولا الأساليب التقليدية لتغيير الرأي العام :

1. **أسلوب التكرار و الملاحقة :** كانت الدعايا الألمانية تعتنق هذا الأسلوب و تؤمن بأنه الأسلوب المثالي لتغيير الرأي العام ، و يعتمد هذا الاسلوب على التركيز على بعض الحقائق خاصة تلك التي تخاطب المشاعر و العواطف لا العقل و إذاعتها مرارا و تكرار على الجماهير ، و يتطلب إستخدام أسلوب التكرار التنويع المستمر دفعا ملل الجمهور المستهدف ، و قد أستخدمت إسرائيل هذا الأسلوب في حرب ١٩٦٧ لترويج مفاهيم و أفكار مهينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية في محاولة لقهز العرب نفسيا و تثبيت صورة نمطية سيئة و مختلفة عنهم في أذهان شعوب العالم .

2. **أسلوب الإثارة العاطفية :** يعتمد على إثارة العواطف في الموضوعات الغير عادلة و التي لا يقبلها المنطق الهادئ السليم المبني على إستخدام العقل و إمعان التفكير ، مثل بث روح الإستعلاء و التعصب لدى بعض

الشعوب عن طريق تضخيم الإنجازات التاريخية و النفخ الكاذب فيها بهدف إثارتها للأقدام على أعمال عدوانية ضد الشعوب الأخرى أو الأقليات الدينية و الجنسية . و كان هتلر يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء بمعنى أنهم أكثر ميلا للعاطفة عن العقل ، لذا كان يوصي بأن تتجه الدعاية إلى العواطف خاصة عاطفة الحقد ، و من أسهل الطرق لأثارة الحقد هى التشهير و إكالة التهم و تزييف الحقائق ، و يجب أن تصاغ الدعاية بأسلوب بسيط بحيث تصل إلى أدنى المستويات العقلية للجماهير ، و حتى تحدث الدعاية تأثيرها المطلوب يجب أن يتم عزل المجتمع عن أي مصدر معلومات حقيقي و هذا ما كانت تعمله ألمانيا النازية حيث كانت تمنع الأستماع إلى الإذاعات الأجنبية و تشوش عليها . و هذا ما فعلته إسرائيل حيال القضية الفلسطينية و الولايات المتحدة حيال حقوق الهنود الحمر .

3. **أسلوب عرض الحقائق :** هذا الأسلوب يعرف بأسلوب التربية السياسية الواعية للناس من خلال المصارحة و الشرح و المناقشة و الإقناع . و يذكر أن تشرشل رئيس وزراء بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية نجح في قيادة الرأي العام البريطاني من خلال مصارحة الشعب بالحقائق لحمايته من الحرب النفسية . و هذا ما فعلته الحكومة المصرية في حرب أكتوبر ١٩٧٣ في الوقت الذي ساد فيه التخبط و الكذب في الجانب الإسرائيلي مما وصمه بعدم المصدقية و صرف الشعب الإسرائيلي عنه .

4. **أسلوب تحويل أنتباه الرأي العام :** قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي العام السائد بخصوص مسألة أو موضوع معين ، و لذا يكون من الأنسب صرف نظر الرأي العام إلى موضوع آخر ، و هذا ما يفعله السياسيون و أجهزة الدعاية ، كتحويل نظر الرأي العام من الحديث عن فساد إداري في الحكومة إلى دوري كرة قدم أو نزاع بين فنانيين إلخ .

5. **أسلوب البرامج الإيجابية المحددة :** يلجأ رجال السياسة و الدعاية إلى تقديم تصريحات و برامج إيجابية محددة يكون لها سحرها الكبير على الرأي العام (بعكس الكلمات الجوفاء التى تفقد صاحبها مصداقيته) ، و ليس أدل على ذلك من الدعوة الدينية التى تقدم برنامجا محددًا لأصلاح المجتمع من خلال العقوبات و الجزاءات المحددة و تحديد منهج محدد للأصلاح الاجتماعي و السياسي و الفردي . أيضا يلجأ السياسيون إلى تقديم برامج محددة لأقناع الناخبين بأنتخابهم ، و كلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل و التفاؤل به يتضاعف تأثيرها على الناس .

ثانيا الأساليب الدعائية التابعة : نستعرض هناك أهم المحاولات المبتدعة المكتملة للأساليب الخمسة السابقة

1. **أسلوب الترويج لأسطورة شعب الله المختار و النقاء العرقي :** يرمي هذا اللون إلى الأثار العاطفية و بث روح الفرقة و العداوة بين الشعوب . مثل ترويج الدعاية النازية لأسطورة الجنس الآري و أنهم شعب الله المختار لأنهم يتميزون بالذكاء و القدرات الخاصة التى تفوق بقية البشر و من ثم فهم أقدر على إدارة شئون العالم من أجل استثمار ارض الله كتعبير عن فضل الله و شكر نعمته . و قد قامت الأمبراطورية البريطانية بنفس الأمر حيث أدعوا أنهم (الجنس الأجلو سكسوني) سادة العالم و شعب الله المختار و ذلك لخداع شعبهم و دفعهم إلى حروبهم الأستعمارية لصالح حفنة من الحكام و الأقتصاديين . و مرة أخرى تبنت الحركة الصهيونية الإدعاء بأنهم شعب الله المختار الذي عانى من الأضطهاد طويلا من الأمم الأخرى و قد أن الأوان ليجتمع شمله و يحقق مشيئة الله بدءا من الأرض العربية و إنتهاء بما لا يعلمه إلا الله .

2. **أسلوب الترويج للصور الذهنية النمطية المتحيزة :** الجنوح إلى التنميط هى خاصية من خواص العقل لتبسيط المعرفة و أختزانها و سهولة إسترجاعها . و من الملاحظ أنه من بداية النصف الثاني من القرن العشرين عملت الدعاية الغربية و الإسرائيلية على ترسيخ صورة ذهنية بالغة الإساءة للشخصية العربية بتضخيم سلبيتها و التعمية الكاملة لأيجابيتها و صور كفاحها للتححرر من سيطرة و إستغلال القوى الإستعمارية القديمة و الحديثة و إغفال ما وصلت إليه في سنوات قليلة من الإستقلال و تقدم في ميادين الحياة و اللامعين من أمثال أحمد زويل و نجيب محفوظ . و كانت تهدف تلك الدعايا الصهيونية و الغربية إلى إسقاط المكاسب التاريخية للشخصية العربية . من جهة أخرى نجد أن الدعايا الصهيونية قد ركزت جهودها لسنوات طويلة من أجل تغيير الصورة السيئة لليهودي في مخيلة شعوب العالم خاصة أوروبا و أمريكا ، تلك الصورة التى رسمت لليهودي في أذهان الغرب على أنه الشيطان ماكر مخادع جشع و قذر و سفاك للدماء و شهواني و كاذب و منبوذ من الله ، لذا أعتمدت الصهيونية على متابعة تلك الصورة في وسائل الإعلام و الأحتجاج على كل من يسئ للشخصية اليهودية من صحفيين و أدباء و مخرجين ، و من جهة أخرى تسعى إلى نشر النماذج الناجحة لليهود مثل أينشتاين و أمثاله من خلال وسائل الإعلام ، و تحاول جل جهودها أن تستحوذ على وسائل الإعلام و تسيطر عليها بالمال و الرجال من أجل مراقبة المادة الإعلامية و الثقافية و التدخل فيها بعناية على أسس نفسية و فنية سليمة تجذب الجماهير و ترسم اليهود في صورة إنسانية خلابة و مثيرة للإعجاب و التعاطف و الإحترام لما قدموه للبشرية من نوابغ في كافة الميادين بالرغم من تحملهم معاناة الأضطهاد .

3. **أسلوب التعقيم و التموية الإعلامي :** يعتمد هذا الأسلوب على التحيز المطلق لوجه واحد من الحقيقة و تعمد التستر على الأوجه الأخرى من الحقيقة ، أيضا يعتمد هذا الأسلوب على تلوين الحقيقة و إفساد مغزاها الحقيقي من أجل الإساءة لطائفة أو دين أو شعب بعينه . و الطريف أن الدول الديمقراطية الكبرى التى تتشدد بالحرية تعتمد على ذلك الأسلوب في بعض الأحيان . فنجد أن وكالات الأنباء الكبرى في حوزتها و مع ذلك تتعمد تجاهل إيجابيات و إنجازات العالم الثالث و الأكتفاء بنشر الأخبار السلبية عنه كالجريمة و التخلف ، مثل الحديث عن طهارة الإناث و إغفال نهضة الفتاة المصرية و ما وصلت إليه من وضع يفوق كثير من الدول الأوروبية . نفس الأمر تطبقه تلك الدول بداخلها فقد أشار ليفيف من الكتاب و المثقفي إلى أن أن هناك مناطق محرمة على النشر إطلاقا أو نسبيا فيما يتعلق بالقواعد العسكرية و التفجيرات و التجارب النووية و الأحياء الفقيرة و المعدمين داخل تلك الدول الكبرى، و أن هذا منافي لشرف المهنة و واجباتها . و من أشهر النماذج على التعيم الذى تمارسه تلك الدول الكبرى على مستوى عالمي : التعيم على الترسة النووية الإسرائيلية و قضية اللاجئيين و مأساة السجون و المعتقلات الإسرائيلية و الأمريكية المخصصة للمسلمين و العرب و فظائع ما يتركب فيها و التعيم على حرب الخليج و مآسي الشعوب في فلسطين و أفغانستان و العراق و الصومال و الشيشان و البوسنة و الهرسك ...إلخ .

4. **أسلوب التزوير و الخداع بأستخدام العلم و تطبيقاته :** و من أمثله إستخدام سحرة فرعون للتكنولوجيا و العلم لتحطيم أدلة موسى ، و إستغلال الإمام يحيي مكبرات الصوت على قمم الجبال لتصدر أصوات رخيمة أو قبيحة لأرهاب شعبه و الظهور عليهم في الليالي الظلماء بعد دهان جسده و ملابسه بالفوسفور ، أيضا يمارس المشحوزين و الدجالين مثل هذه الخدع لأستهداف السذج و الجهلة . و تلجأ الحكومات و المؤسسات و الأفراد أحيانا إلى نشر إحصاءات مزورة و خادعة للجماهير لأسترضاء الرأي العام أو إتقاء غضبة . و الطامة الكبرى عندما يتم نشر تلك الإحصاءات (المزورة) من خلال مؤسسات ذات مصداقية . و تمثل الإحصاءات الإسرائيلية

صوراً صارخة لذلك بهدف الترويج لسياستها و لعدد الضحايا النازية من اليهود من أجل إستمالة الرأي العام . و قد قامت إسرائيل بتضليل الرأي العام الإسرائيلي بنشر أفلام ١٩٦٧ على أنها من أنجازات الجيش في ١٩٧٣ بالرغم من أنهم كانوا مهزومين .

5. **أسلوب الأبتزاز عن طريق الحملات الإعلامية :** نجحت الدعاية الصهيونية في التهويل لخطر محقق على شعبها و أطفالها مستغلة تصريحات غير مدروسة لبعض المسؤولين العرب قبيل ١٩٦٧ و زرع عقدة الذنب في شعوب أوروبا و أمريكا تجاه الجنس اليهودي . ايضاً لجأ الصحفي النمساوي هرتزل إلى المناداة بقيام الدولة اليهودية و أنه أفضل طريق لذلك هو عزل اليهود عن المجتمع الأوروبي و تشجيعهم على إقامة دولة على أساس عنصري ديني ، و تشبثت الصهيونية في هذه الدعوة و رفعت شعار الصمود متحدين أمام المعاداة الأبدية للسامية بحجة الدفاع عن النفس ، و هى بذلك حملت أوروبا مهمة خلق ذلك الوطن لهم و إلا فإنهم مضطرين للدفاع عن أنفسهم أمام ما يواجهونه من أضطهاد ، و لا شك أن هذا النوع من الأبتزاز قد أثمر في النهاية عن وعد بلفور و تكوين إسرائيل . و بهذا المنطق المقلوب أستطاع اليهود أقناع الرأي العام العالمي أن خروج أجدادهم من فلسطين كان نتاج إضطهاد لا يزال مستمرا حتى الآن و بالتالي فإن المجتمع الدولي عليه أن يتسامح معهم حين يضطهدون هم بدورهم الأمم و الطوائف الأخرى التى تسببت في طرد آبائهم و ذلك من خلال تحقيق حلمهم في بناء المستعمرات من النيل إلى الفرات . و الطريف أنهم قد حصلوا بالفعل على هذا التعاطف معهم لدرجة حصولهم على الهدايا و المساعدات من أجل خلق أقتصاد وطني كان يقوم في بداياته على هبات الآخرين و دعم المؤسسة العسكرية العدوانية .

هناك أمثلة كثيرة عن الأبتزاز العاطفي لشعوب أوروبا و أمريكا عن طريق الضرب اليومي على وتر معادات السامية ، مثل : شهدت ألمانيا الغربية ضجة حول مسرحية غنائية أسمها "عذابات المسيح" تحكي قصة عذاب المسيح و صلبه على يد اليهود ، هذه المسرحية كان يتم عرضها كل عشر سنوات في قرية من القرى الألمانية الصغيرة في مقاطعة بافاريا ، و إستغلت الدعاية الصهيونية هذا الحدث و وجهت أتهامات للسلطة الدينية بمعاداة السامية و إثارة خواطر أيام حكم هتلر و حرصوا على إثارة ضجة و مناقشات في كافة وسائل الإعلام ، و الغريب أن الذين قاموا بذلك هو أعضاء في جمعية "التوفيق المسيحية اليهودية" و هى جمعية تسيطر عليها الحركة الصهيونية و تستخدمها كواجهة لها ، و لا شك أن ذلك كان يمثل نوع من الأبتزاز للمجتمع و السلطة في ألمانيا .

6. **أسلوب التضخيم و التلفيق :** هذا الأسلوب الدعائي تستخدمه الدعاية الصهيونية و الإسرائيلية بكثرة إما لأختبار مواقف معينة أو لأضفاء الأهمية عليها رغم ضحالتها أو للدس و الوقيعه بين شعوب أو دول أو جماعات مستهدفة أو للتمكين لبعض العملاء من أتحاذ قرارات لصالحها بإستخدام الأكاذيب الملفقة . و من أمثلة ذلك :

مثال ١ : التصريحات المختلفة أحيانا المنسوبة إلى مسؤولين كبار من العرب و غيرهم من تأهب لأستئناف المفاوضات مع إسرائيل أو إقامة علاقات سياسية أو أقتصادية أو علمية معها .

مثال ٢ : تغطية إسرائيل لعدم إلتزامها بتعاقدتها مع الفلسطينيين في إتفاقية شرم الشيخ بالجلء عن عدد من المستعمرات في الضفة الغربية و تركيز الضوء على قيامها بهدم مستعمرة لا قيمة لها للتمويه على الرأي العام العالمي بوفائها بتعهداتها ، رغم عدم جديتها في الوفاء بذلك ، و يتم بث الخبر من زوايا مدروسة في كافة وسائل الإعلام و إضفاء الأهمية عليه رغم أن المسألة كلها لا تتعدى تمثيلية هزلية للتمويه .

ثانيا الأساليب المستحدثة (الحرب النفسية) : ننتقل الآن للحديث عن الأساليب التي تلجأ إليها أجهزة المخابرات العالمية بصفة خاصة لأثارة الرأي العام و تقليبه و هى أساليب عرفت حديثا بأسم الحرب النفسية . و الواقع أن هذه الأساليب ليست جديدة ، غير أن كل ما زاد في الأمر أنها أتخذت الآن شكلا أكثر تنظيما .

و لقد حرصت البنناجون على أن تبرز الطابع التخطيطي في تعريفها في قاموس المصطلحات الحربية الذي أصدرته في مايو ١٩٥٥ : " الحرب النفسية هى استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية و غيرها من الإجراءات الإعلامية التى تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها و عواطفها و اتجاهاتها و سلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها و أهدافها" .

و الحرب النفسية تتكون من ٣ عناصر رئيسية هى :

★ **الشائعات :** هى الترويج لخبر مخلق لا أساس له من الواقع ، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح و التعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع و الحقيقة بهدف التأثير النفسى في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو النوعي ، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمي بإجمعه . و قد تعرضت مصر منذ أتباعها سياسة الحياد الإيجابي على المستوى العالمي لسلسلة من حرب الشائعات تستهدف الإساءة إلى سمعة الأقتصاد المصري كالإدعاء ببيع مصر رصيدها الذهبى بهدف إثارة الذعر و الفوضى و الأنقسام في الجبهة الداخلية و خلق العراقيل في وجه الحكومة و تشويه سمعة بعض المسؤولين . و في أثناء العدوان الثلاثي ١٩٥٦ روجت الدول المعادية لأشاعة سقوط الإسماعيلية و السويس في قبضتهم بهدف الإيحاء للرأي العام العربي و العالمي بأكملهم سيطرتهم على منطقة القناة ، غير أن الإعلام المصري كان يقظا و قام بتكذيب تلك الشائعات و دعا المراسلين لزيارة المنطقة و التأكد بأنفسهم من كذب الشائعات الخبيثة . و قد كررت إسرائيل نفس الأمر في ١٩٧٣ و أدعت سقوط السويس و وصول قواتها لدمشق .

★ **أفتعال الأزمات :** من أمثلة ذلك أن جريدة ديلي مايل نشرت في صفحتها الأولى صبيحة أنتخابات إنجلترا ١٩٢٤ صورة لخطاب مزيف يحض حزب العمال على قلب نظام الحكم في بريطانيا و كانت النتيجة أن تأزم الموقف بين الحكومة و حزب العمال و كان لذلك أثر بالغ في تغيير اتجاهات الناخبين البريطانيين . مثلا آخر حين فشل مؤتمر القمة في باريس ١٩٦٠ في تحفيف حدة التوتر العالمي بسبب إرسال طائرة تجسس فوق أراضي الأتحاد السوفيتي قبل موعد إنعقاد المؤتمر مما أدى إلى أنسحاب خروشوف رئيس وزراء السوفيت من المؤتمر . المثال الثالث هو الأزمة التى افتعلها الصهاينة ١٩٤٨ بإغتيال لورد موين في القاهرة و تفجير بعض المنشآت الأمريكية للوقية بين الحكومة المصرية و كل من بريطانيا و الولايات المتحدة . أيضا الإذاعة السرية الموجهة لكوبا كانت تحرض المعارضين لحكم كاسترو على إشعال الحرائق في مزارع القصب التى تمثل ثروة البلاد الرئيسية و قطع أسلاك التليفون حتى تضطرب المواصلات و تحطيم أكبر عدد من الزجاجات لأحداث أزمة زجاج و إظهار عجز حكومة كاسترو عن صيانة الأمن في البلاد و إقناع الرأي العام العالمي بوجود معارضة قوية . و المثال الأخير هو أفتعال مخابرات هتلر أزمة بتدمير محطة إذاعة ألمانية و مركز الجمارك الألمانية على الحدود البولندية و إتهام البولنديين بذلك كمبرر أمام الرأي العام العالمي لأجتياح

الجيش الألمانية لبولندا في بداية الحرب العالمية الثانية .

★ **إثارة الرعب :** برعت المخابرات النازية بصفة خاصة في إستغلال دوافع الأمان لدى الإنسان و إثارة الخوف و الفرع و إرهاب الشعوب ، من ذلك أنها أشاعت قصص مرعبة عن أجتياح الألمان لفرنسا و بالفعل ساعد ذلك على سحقها في ١٧ يوم رغم وجود خط ماجينو القوي التحصين . أيضا كلنا يعرف مذبحة كفر قاسم ١٩٤٨ على يد عصابات الصهاينة لأرهاب الفلسطينيين العرب المسلمين و دفعهم تحت تأثير الرعب إلى ترك أراضيهم و هجرة وطنهم . و الحقيقة أن إستغلال عامل الخوف قد يأتي بنتيجة مضادة ، فقد يدفع إلى إستخدام العقل و هذا ما نراه في أن شعوب العالم و تحت دافع الخوف من نشوب حرب عالمية نووية تعارض بشدة سياسة الرغب الذري و التورط في حروب عالمية جديدة .

و الواقع أن أساليب المخابرات في تأليب الرأي العام و إثارته لا تعرف حدا تقف عنده فهي لا تتورع عن القتل أو الخطف أو الرشوة أو تشويه سمعة فرد أو جماعة أو التخريب أو التزوير أو الخداع أو إثارة التعصب و التذمر و الفرقة أو نسر الخوف و الإرهاب أو إشعال الفتن و الحروب و أنتهاك حقوق الإنسان من أجل تحقيق أهدافها .

الباب الثاني : الجوانب المنهجية و التطبيقية

في هذا الباب

لقياس الرأي العام

قياس الرأي العام : تاريخه ، مشكلاته ، تقسيماته

يساعد قياس الرأي العام في معرفة الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي و الإتجاهات السائدة في المجتمع و آراء الناس و رغباتهم ، و من ثم فإنه يساعد على اتخاذ القرار السليم و توجيه الرأي العام توجيهها سليما .

التطور التاريخي :

الأستماع لأراء الناس و أحوالهم : لجأ الحكام في المجتمعات

العربية قديما و حديثا إلى طرق بسيطة للتعرف على آراء الناس و أحوالهم كأن يخرج متسترا ليسمع بنفسه كلام الناس و أحوالهم أو يطلق بعض المقربين منه للتعرف على أحوال الناس و آراءهم ، و من أمثلة ذلك ما كان يفعله عمر بن الخطاب قديما ، و السلطان قابوس بن سعيد (سلطان عمان) حاليا حيث كان ينظم جولات سنوية لمدة شهر لأستطلاع آراء الناس في كافة المجالات ، و يصطحب معه أعضاء مجلس الوزراء و كبار المستشارين و يقيم شبه معسكر في كل منطقة يحل بها و يطلب من وزراءه التجول بين أهالي الولايات و جمع مطالبهم و يلتقي بشيوخ و أعيان و رشائد القبائل بأعتبارهم قادة الرأي الطبيعيين و يناقشهم في جلسات عائلية بسيطة ، و كانت وقائع تلك الجولة يتم تغطيتها في الإذاعة و التليفزيون العماني الذي يحرص على تبسيط بعض المفاهيم المستحدثة كالعولمة و غيرها من المصطلحات السياسية و الأقتصادية من أجل تبصير الناس بالمستجدات الدولية . و كانت هذه الجولة تعتبر فرصة جيدة لأقناع الناس بالتعاون مع الحكومة في بعض المشاريع مثل التعاون مع القائمين بأول تعداد عام للسكان و الإسكان و حث المواطنين على الأخذ بأسلوب المبادعة بين الولادات كأسلوب للتخطيط العائلي ، و الدعوة إلى التعمين و أنخراط الشباب في العمل المهني و الإقبال على التوظف في القطاع الخاص و حث القطاع الخاص على المشاركة في التنمية و إنشاء جامعات خاصة ، و تشجيع المرآة على الخوض في الحياة السياسية .

و قد تزايد الأهتمام بقياس الرأي العام الآن بأعتبره خطوة أساسيا في العملية الديمقراطية ، خاصة و أن عدوى إستطلاع الرأي العام قد أنتقلت من سوق السلع و التجارة إلى سوق السياسة و الحكم .

الأستفتاء : في ١٨٢٤ حاولت مجلة الخلاصات الأدبية إستطلاع

الرأي العام عن طريق الإستفتاء ، و لكن المحاولة كان ينقصها الدقة و التمثيل الصحيح لفئات المجتمع و من ثم كانت لا تدعو إلى الثقة فيها

• قياس الرأي العام : النشأة و التطور ، المشكلات ، التقسيمات .

• أنواع العينات و إستخداماتها في الرأي العام .

• الملاحظات و إستخداماتها في رصد الشائعات و جمع بيانات بحوث الرأي العام .

• تحليل المحتوى و إستخداماته في إستطلاعات و بحوث الرأي العام .

• الأستقصاء و عوامل نجاحه في إستطلاعات و بحوث الرأي العام .

• نماذج تطبيقية

و إمكانية تعميمها على المجتمع ، و النتيجة الحتمية أن أفلست المجلة حيث كانت تعتمد على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات و دفاتر التليفونات و هى بلا شك قوائم متحيزة لأصحاب الدخل العالية و لا تمثل المجتمع بصدق .

العينات : بالرغم من أن طريقة الاستفتاء السابقة لم تنجح كليا إلا أنها لفتت الأنتباه إلى أهمية أختيار العينات و هذه هى المرحلة التالية حيث بدأ الأهتمام بأختيار العينات المثلة للمجتمع ، و كانت أول طريقة هى العينة الحصصية و تتميز بقله النفقات و سرعة الإنجاز ، و قام جورج جالوب بإنشاء معهد جالوب للرأي العام ١٩٣٥ ، و تبعه عدد من المعاهد لعلماء مثل كرزولي و كنتريل ، و نجحت تلك المعاهد في قياس الرأي العام و التنبؤ بنتائج الإنتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة عامي ١٩٤٠ و ١٩٤٤ ، لكن ذلك أدى إلى غرور تلك المراكز فشطحت في تنبؤاتها (تنبأت خطأ بفوز ديوي على ترومان في أانتخابات ١٩٤٨) و من ثم فشلت بشكل ذريع و تعرضت لهجوم عنيف ، لكنها أستمرت في عملها و نجح معهد جالوب في التنبؤ بنتائج الإنتخابات بين كيندي و نيكسون ١٩٦٠ مما أرجع الثقة فيها مرة أخرى .

و خلال الستينات أمتد النشاط العلمي إلى دول الإتحاد السوفيتي و أوروبا الشرقية حيث أنشئت هيئات علمية و مراكز لبحوث الرأي العام التى بدأت عملها بإستطلاعات تتناول وسائل الإعلام و كانت تتعثر أحيانا و تنجح أحيانا أخرى ، و قد توجد جهودها في الثمانينات و بداية التسعينات بإستطلاع للرأي حول القضايا السياسية الشديدة الحساسية . و كان الهدف إستطلاع الرأي العام و قياس رؤيته الشاملة المتكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص بالعملية و ليس مجرد الإكتفاء برصد موقف الرأي العام في اللحظة الآتية ، و من أمثلة المشاريع التى تمت في تلك الفترة : مشروع المسح الإجتماعي العام ، و المسح الإجتماعي الدولي ، و البارومتر الأوروبي ، و سيطر على ساحة العمل العلمي في الرأي العام على مدى نصف قرن من الزمان ٣ قضايا رئيسية هى الديمقراطية ، و المنهج و النظرية ، و قضية الأخلاقيات الحاكمة للعمل في مجال إستطلاع و قياس الرأي العام .

قياس الرأي العام في مصر (كمثال من الدول العربية) : تم قياس الرأي العام في مصر عن طريق :

- **الانتخابات و الإستفتاءات :** إلا أنها لا تمثل قياسا دوريا متتابعا لأتجاهات الرأي العام المصري ، كما أنها تقيس إتجاهات الرأي العام حيال بعض القضايا المطروحة من قبل القيادة السياسية فقط أو الموضوعات المهمة التى تقتصر في الغالب على الموضوعات السياسية .
- **تقارير الهيئة العام للإستعلامات :** و كانت نواة تلك الهيئة هى معهد الرأي العام و الإعلام الذي يقوم بعمليات إستطلاع الرأي من أجل المساعدة في تخطيط و تنفيذ السياسات الحكومية في ضوء حاجات الشعب و رغباته ، ثم تطورت وظيفته من مجرد الحصول على المعلومات إلى بث المعلومات حيث صارت الهيئة تتولى مهمة تعليم الجمهور و تدريبه على أن يعبر عن رأيه . و تعتمد الهيئة على أفراد متخصصين في الرأي العام يتوزعون على ٦٥ مركز إعلامي على مستوى الجمهورية ، تلك بالمراكز بها متخصصين في الرأي العام و الإعلام و الأتصال ، و مهمة كل مركز هى تقديم تقارير للإدارة المركزية عن إتجاهات الرأي العام ، و نظرا لضعف الإمكانيات فإن هذه المراكز تعتمد على الملاحظة فقط و تلجأ إلى التعميم في تقاريرها ، و الواقع أنه تقارير هذه المراكز تكون مهمة فقط في تحليل الشائعات .
- **المراكز الخاصة :** هى أجهزة محايدة تعمل في مجال قياس الرأي العام مثل المجموعة الإستشارية للشرق الأوسط

و المكتب الدولي لأستشارات المعلومات .

• **الجهات الخاصة :** قياس الرأي العام حيال موضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية كأتحاد الإذاعة و التلفزيون و المجلس القومي للسكان و المجلس القومي للأوممة و الطفولة .

• **جهاز الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الإجتماعية و الجنائية :** هو أول جهاز متخصص في هذا المجال ، و قد تم إنشاؤه ١٩٧٦ ، و قد أجرى هذا الجهاز العديد من الإستطلاعات منها : إتجاهات الرأي العام نحو الإنجاب ، و العمل في الدول العربية ، و عودة المرأة للبيت بنصف أجر ، و زيادة السادات للقدس ، و ظاهرة الدروس الخصوصية ، و نظام الحكم المحلي إلخ . و يتكون الجهاز من :

1. لجان الإتصالات العليا و الإشراف العام على الجهاز (يتولاها رئيس المركز نفسه) .

2. هيئة المستشارين (تتبع رئيس المركز أيضا) و تتكون من عدد من الشخصيات العلمية بالجامعات المصرية من تخصصات مختلفة و شخصيات عامة و صلاحياتها وضع الخطوط العامة لنشاط الجهاز و أقترح طرق تطويره و التوصية بإستخدام الأساليب الفنية و العلمية المختلفة .

3. نائب المشرف العام على الجهاز (أحد خبراء المركز و يشرف على تنظيم العمل في إدارات الجهاز و نشاطها ، و يرأس العاملين في وحداته المختلفة و هو عضو في مجلس المستشارين) .

4. مستشار الجهاز (يتبع المشرف العام على الجهاز و يتعاون مع نائب المشرف العام في تحريك العمل و تخطيط و دراسة الجوانب الفنية و أقترح الوسائل و وضع البرامج المختلفة لعمل الجهاز) .

5. الهيئة الفنية (تتولى تخطيط الإستطلاعات المختلفة و تصميم أدوات الأستطلاع و متابعة إجراء الإستطلاعات و كتابة التقارير) .

6. الهيئة الفنية (تتولى أختيار العينات و متابعة تغيراتها و إجراء التغيرات المختلفة عليها و إعداد البرامج الخاصة بالكمبيوتر و تنفيذها) و يضم تلك الهيئة الفنية مسؤول عن المتابعة و خبير في العينات و مسؤول عن تصميم برامج الحاسب و مسؤول عن التنفيذ .

7. سكرتارية إتصالات (مهمتها تنفيذ الإتصال بفريق الباحثين الميدانيين و تنفيذ عمليات التحك خارج العاصمة و تسليم الإستثمارات لفريق الباحثين الميدانيين و جمعها منهم و إعادها للعمل و الأتصال بالأفراد المطلوبين في المدن و القرى وفقا لتوزيع العينة) .

8. باحثون ميدانيون (يتم عمل ملفات خاصة بكل منهم فيها بياناته الخاصة و وسائل الأتصال به و أسلوب أدائه) و هم موزعين على محافظات الجمهورية المختلفة .

9. سكرتارية إدارية للأعمال المكتبية و أمين لمكتبة البرامج الإحصائية .. إلخ .

• **مركز بحوث الرأي العام التابع لجامعة القاهرة :** أنشأ ١٩٨٢ و هو تابع لكلية الإعلام و يتضمن كفاءات علمية متنوعة من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام ، و يقدم بحوث لها طابع علمي كبير و تتسم بالدقة العلمية . و تتركز أهداف المركز في تقديم خدمات علمية تتعلق الرأي العام المصري مثل : القيام بالبحوث و الدراسات بشكل منفصل أو بالتعاون مع جهات أخرى وطنية و إقليمية و دولية و مع الجامعات و المعاهد و المراكز البحثية ، و القيام بخدمات التدريب و الإستشارات العلمية للجهات المختلفة ، تنظيم المؤتمرات و الندوات ، الترجمة العلمية و نشر البحوث و الدراسات المتصلة بالرأي العام من خلال المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (مجلة علمية محكمة

من إصدار المركز) . و من أبرز إنجازات المركز :

1. بحثان بالتعاون مع اتحاد الإذاعة و التلفزيون حول إتجاهات الرأي العام نحو برامج الإذاعة و التلفزيون و السلوك الاتصالي للشباب المصري .
2. بحث مع الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء حول مدى أقتناع السكان في سن الشباب بفكرة تنظيم الأسرة .
3. دورات تدريبية حول مهارات بحوث الرأي العام للعاملين بالهيئة العامة للإستعلامات ، و الأساليب الكمية و الكيفية لقياس الرأي العام مع مركز البحرين للدراسات و البحوث .
4. دراسة ميدانية حول إتجاهات الجمهور المصري نحو الخدمات الثقافية بالتعاون مع صندوق التنمية الثقافية .
5. دراسة ميدانية بالتعاون مع مؤسسة أخبار اليوم حول قراءة الصحف المصريين .
6. دراسة حول دور الجمعيات الأهلية في برامج تنظيم الأسرة مع المجلس القومي للسكان .
7. دراسة حول جريدة الأهرام و رؤية مستقبلية مع مؤسسة الأهرام .
8. دراسة إستطلاعية حول واقع عمل المرأة بالمشروعات الصغيرة و المتوسطة بإقليم الإسكندرية بالتعاون مع جمعية سيدات أعمال إقليم الإسكندرية و برنامج دعم مبادرات الجمعيات الأهلية بصندوق المبادرات البيئية .
9. دراسة لتقييم الإعلام البيئي المحلي للدلتا بالتعاون مع الجمعية المركزية للإعلام و البيئة و برنامج دعم مبادرات الجمعيات الأهلية بصندوق المبادرات البيئية .
10. دراسة لأستطلاع رأي الجمهور في مشكلات المجتمع المصري بالتعاون مع أكاديمية البحث العلمي و التكنولوجيا .

مشكلات قياس الرأي العام :

1. نقص المعلومات المتاحة عن الأفراد في الدول النامية كما و كيفا (من لا معلومات عنده ، لا رأي سديد له).
2. نقص شديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية : ففي مصر كان البث لا يغطي كل أنحاء الدولة حتى ١٩٨١ ثم زادت قوة الإرسال تدريجيا حتى وصلت ساعات الإرسال ٤٧٦ ساعة يوميا ، و تحولت البث من إذاعات منفصلة إلى نظام الشبكات العامة (القرآن الكريم ، الشرق الأوسط ، الشباب و الرياضة ، صوت العرب ، البرنامج الموسيقي ، إذاعة الأغاني) ، فضلا عن الشبكات الموجهة و تضمن ٤٦ خدمة إذاعية ب ٣٥ لغة لمخاطبة شعوب العالم ، و ١٠ إذاعات محلية (١٧٥ ساعة يوميا) و ٣٠ قناة تلفزيونية (٤٦٤ ساعة يوميا) . أما الصحف فلا تصل إلى الأرياف و المناطق النائية و ينخفض توزيعها في الشتاء في تلك المناطق بسبب هطول الأمطار .
3. الخصائص الإجتماعية و الأقتصادية و التعليمية للأفراد في الدول النامية : تحول تلك الخصائص دون الإستفادة من المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام ، فنسبة الأمية ٥٦٪ و هى في تزايد بسبب تزايد السكان ، فضلا عن السطحية و صغر شرائح الرأي العام المعتدلة في مقابل كبر شرائح الرأي العام المتطرفة و ذلك بسبب أختفاء القوى الأقتصادية الوسيطة و خصوصا الطبقة الوسطى و البؤس و إنتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصلة (أبيض أو أسود) و ليست متدرجة ، و أخيرا أنخفاض الدخول التى تحد من شراء وسائل الإعلام المطبوعة و التردد على دور المسرح و السينما في العواصم .
4. نقص الموارد المالية للدول النامية : تحول دون التعمق في الدراسة العلمية الدقيقة لما يتطلبه الأمر من تكاليف باهظة و أجهزة تكنولوجية متقدمة .

5. كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام : و في مقدمتها التشكيك في أهمية قياس الرأي العام ، و انخفاض الوعي بأهمية الإستطلاعات ، و قلة العائد من الإستبيانات البريدية ، و عدم الإدلاء ببيانات صحيحة ، و محاولة التخلص من الباحث ، و كثرة ظهور فئة اللا رأي ، و صعوبة تطبيق أختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس و قلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات .

التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام :

★ **إستطلاع الرأي العام :** يهدف إلى التعرف السريع و الفوري للرأي العام حيال قضية معينة ، حيث يكفي بمعرفة الرأي العام و النسب المئوية أو رصد الشائعات و النكت و تحليلها .

★ **قياس إتجاهات الرأي العام :** يهدف إلى التعرف على الآراء و الدوافع الكامنة ورائها ، و تتسم بالبطء النسبي في إنجازها حيث تستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي .

★ **بحوث الرأي العام :** و تهدف إلى توفير معلومات وفيرة لخدمة التخطيط الإعلامي ، و قد تكون بحوثا نظرية (مثل مقومات الرأي العام في دولة ما) ، أو ميدانية (مثل تحليل دوافع مروجي الشائعات و خصائصهم و عاداتهم و أنماط التعرض لوسائل الإعلام ، أو الكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع و خصائصهم) ، أو تحليلية تحلل لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد و خارجها (مثل تحليل بريد القراء المنشور و الغير منشور ، و أعمدة الرأي ، البرامج السياسية في القنوات الفضائية ، و التداول الإعلامي بشكل عام لقضية ما) .

أمثلة من إستطلاعات الرأي في الدول العربية :

★ **مثال لأستطلاع الرأي العام حول موضوعات تعليمية :** يعد جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الإجتماعية و الجنائية في مصر من أفضل الأجهزة في عمليات الإستطلاع نظرا لتوافر كوادر ذات خبرة متنوعة بالمركز ، فضلا عن الكفاءات الخارجية التي كان يستعين بها المركز ، و وجود عينة دائمة للأستطلاعات تحدث بشكل دوري ، و وجود وحدة حاسب آلي تتولى إستخراج النتائج بدقة و سرعة ، و أخيرا خبرة الباحثين الميدانيين المدربين بشكل جيد . هذا الجهاز قام في ١٩٧٨ بإستطلاع الرأي حول ظاهرة الدروس الخصوصية على ٦١١ حالة من عينة مسحوية وفق آخر تعداد سكاني بالأسلوب البريدي و قد تبين له ما يلي :

٦٣٪ من الطلاب يحصلون على دروس خصوصية في القاهرة ، ٧١٪ في الأقاليم ، و يؤمن ٧١٪ من الأباء بأهمية الدروس الخصوصية باعتبارها الوسيلة لحصول أبناءهم على أعلى الدرجات خاصة و أن ازدحام الفصول يفوت على التلاميذ فرصة التحصيل الجيد . و تبين أن المرحلة الثانوية هي أكثر المراحل التي تكثرت فيها الدروس الخصوصية في القاهرة بينما المرحلة الابتدائية هي الأكثر في الأقاليم . و تبين الدراسة أن من أهم المواد التي تحظى بالتغطية في الدروس الخصوصية هي : الرياضيات و الإنجليزية و الفرنسية و العلوم ، و أوصت الدراسة بضرورة رفع مستوى المدرس العلمي و العادي و إستبدال الدروس الخصوصية بالمجموعات

★ **مثال لإستطلاع الرأي العام حول الموضوعات الإجتماعية :** أجرى جهاز قياس الرأي العام في ١٩٧٧

دراسة لأستطلاع الرأي العام نحو عودة المرأة إلى البيت ، و جاءت النتائج كالتالي :

1. وافق ٥٢٪ على عودة المرأة إلى المنزل بنصف أجر ، و ٤٧٪ عارض الموضوع ، و ١٪ بلا رأي .

2. ٨٨٪ وافقوا بحجة التفرغ لحسن تربية الأبناء ، ٨٣٪ رفضوا بحجة أن ذلك سيؤدي إلى نقص دخل الأسرة .
3. وافق ٥٣٪ من الأزواج و عارض ٤٥٪ منهم ، و وافق ١٨٪ على فكرة الاقتراح على إجبار المرأة على البقاء بالبيت لتربية الأولاد .
4. خلصت الدراسة إلى أن ٩٥٪ يقرون بميزة النظام في حسن تربية الأبناء و أن عيوبه نقص دخل الأسرة .

★ **مثال لأستطلاع الرأي العام حول موضوعات سياسية :** قام مركز دراسات الوحدة العربية ببيروت بإستطلاع حول إتجاهات الرأي العام عن الوحدة العربية ، و عن زيارة السادات لأسرائيل . من جهة أخرى أجرى إكرام بدر الدين و عبد الغفار رشاد إستطلاع حول إتجاهات الرأي العام المصري تجاه قضايا الديمقراطية و الهوية ، و قد شملت العينة طلاب و مهنيين و فلاحون عمال ما بين مقيمين في الريف و الحضر ، و توصلت الدراسة إلى :

1. ٢١٪ يصفون النظام بالتعددي ، و ٣٠٪ يصفونه بالسلطوي ، و ٢٨٪ بالفردى ، و ١٩٪ بالشمولي .
2. ٤١٪ لا يعرفون بوجود الإنتخابات ، ٢٧٪ لا يؤيد النظام ، ٥٦٪ يعارضه لأسباب ضيق فرص الأختيار و سيطرة الحزب على المرشح و الجهل بأسماء المرشحين . ٦١٪ لا ينتمون لأي حزب سياسي ، ٥٥٪ يفضلون ألا يكون هناك أكثر من حزبين على الساحة .
3. ٥٣٪ يعتقدون أن الأحزاب تقوم بدور إيجابي كموزع للقيم ، ٤٣٪ لا يشعرون بوجود حقيقي لهم .
4. حوالي ٧٠٪ ينتمون لمصر ثم العروبة في مقابل حوالي ٣٠٪ ينتمون للعروبة ثم مصر ، و حوالي ٣٤٪ تسبق إنتماءاتهم للإسلام كل من مصر و العروبة .

★ **مثال لأستطلاع الرأي العام حول موضوعات إعلامية :** أجرى أتحاد الإذاعة و التلفزيون بالأشتراك مع مركز بحوث الرأي العام بجامعة القاهرة دراسة إستطلاعية لأتجاهات الرأي العام نحو برامج الإذاعة و التلفزيون على عينة قوامها ٨ آلاف مفردة من كافة المناطق و تبين ما يلي : ٩٨٪ يشاهدون التلفزيون بمعدل ٥ ساعات يوميا ، و كانت أفضل ١٠ مواد على القناة الأولى هى (حسب الترتيب الأهمية) الأفلام العربي ثم المسلسلات ثم لحظة من فضلك ثم لقاء الشيخ الشعراوي ثم الغناء و العلم و الأيمان ثم البرامج الرياضية ثم التمثيليات العربية ثم المسرحيات العربية ، أما الإذاعة فيستمع لها ٨٢٪ بمتوسط ٤ ساعات في اليوم و كانت أهم عشر برامج هى (حسب الترتيب الأهمية) الأغاني ثم القرآن ثم همسة عتاب ثم كلمتين و بس ثم الأحاديث النبوية و الفتاوى ثم المسلسلات ثم على النصية ثم ما يطلبه المستمعون ثم نشرات الأخبار ثم أخبار خفيفة .

التوصيات مركز بحوث الرأي العام في مصر : تهدف هذه التوصيات إلى تطوير و ترشيد قياسات الرأي العام في مصر ، و هذه التوصيات هى :

- **دورية البحوث :** ضرورة القيام ببحوث الرأي العام و قياسه بطريقة دورية و مستمرة بالنسبة لمختلف القضايا و الموضوعات السياسية و الأقتصادية و الإجتماعية و الثقافية و الدينية ، و عدم التخوف من القيام بهذه الدراسات لأن المخاطر تنجم من الجهل بالإتجاهات الميدانية الحقيقية للرأي العام .
- **إتباع الأسس العلمية :** بالرغم من أهمية تقارير المعلومات إلا أنها لا يجب الأعتقاد عليها كمقياس وحيد للرأي العام ، بل يجب التأكيد على ضرورة أتباع الأسس العلمية في قياس الرأي العام و حل المشكلات و الموضوعات

المطلوب قياس الرأي العام بشأنها و اختيار العينات الممثلة للمجتمع تمثيلا صحيحا و تصميم أدوات جمع البيانات و المعلومات بطريقة صحيحة و موضوعية و دقيقة تضمن التعرف و الكشف الدقيق عن إتجاهات الرأي العام و القيام بعمليات التحليل و التفسير و ربط النتائج بالمؤشرات الأخرى ربطا علميا يساعد على المعرفة المتكاملة و الإحاطة الموضوعية و التنبؤ بإتجاهات الرأي العام المستقبلية .

- **المشاركة في البحوث :** عدم الاعتماد على جهة واحدة في عملية قياس الرأي العام حيث يجب التكامل بين المؤسسات البحثية و مراكز البحوث لأن تعدد وجهات النظر يوسع نطاق المعرفة و يؤدي إلى شمول النظرة و توفير درجة كبيرة من الحيادية الموضوعية و التعرف على كافة الأبعاد و الزوايا و المداخل المختلفة للموضوعات التي يقاس الرأي العام بشأنها ، فضلا عن معرفة المزيد من التحليلات و التفسيرات المتنوعة التي تثري المعرفة المطلوبة
- **ربط النتائج بالمضمون الإعلامي :** أهمية ربط نتائج قياس الرأي العام بالمضمون الإعلامي الموجه إلى المواطنين عبر وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصي حيث توجد درجة عالية من الارتباط بين قياس الرأي العام و تنوير الرأي العام و توجيه مساره و تصحيح الأسس المعرفية القائمة عليه من جهة أخرى ، كما أن الإكتفاء بقياس الرأي العام فقط لن يؤدي وظيفته بالكامل إلا إذا أقرن ذلك بتقديم معلومات و مواد إعلامية تساعد على إعطاء معلومات صحيحة ، و إستكمال المعلومات المنقوصة و تصحيح المعلومات الخاطئة ، هكذا تتحول نتائج قياسات الرأي العام إلى أدوات إيجابية لتنوير الرأي العام و خلق رأي عام واعي مستنير .
- **ضرورة إستخدام التكنولوجيا :** في وحدات قياس الرأي العام لأن ذلك يساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات و تبويبها و تحليلها و إستخلاص نتائج متنوعة منها مع القدرة العالية على أختزان المعلومات و إسترجاعها و ربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو متشابهة .
- **تدريب الباحثين :** أهمية التدريب الدوري المكثف للقوى البشرية المتخصصة في مجال الرأي العام بحيث يكونون أوسع خبرة و تخصص و معرفة و لديهم راحة عقل و منطق و فكر ، و يجب أن تتوافر فيهم الأمانة و الثقة و الشعور بمسؤولية العمل الوطني مع إتاحة الفرصة أمامهم للأطلاع على أحدث النظم في قياس الرأي العام و الأنفتاح المعرفي و المهني على تجارب الدول المختلفة في هذا المضمار .

أنواع العينات : إستخداماتها في إستطلاعات و بحوث الرأي العام

أولا مقارنة بين البحوث الشاملة و بحوث العينات :

البحوث الشاملة : هي بحوث تجرى على كل وحدات المجتمع و هى طريقة مكلفة و تستنزف وقت طويل ، مثل تعداد السكان الذي تقوم به الحكومات كل عشر سنوات ، أيضا يعيبه احتمال الأخطاء أثناء رصد المعلومات و اورد بكثرة نظرا لعدد الأفراد و ضخامة الجهود ، و هو عمل ممل سواء للباحثين أو المبحوثين على السواء ، فضلا عن أن دراسة المجتمع كله في حالة تجانسه يعد بمثابة مضيعة للوقت و الجهد بلا مبرر . لكن الميزة الوحيدة لهذا الأسلوب هى تجنب أخطاء التعميم . و أحيانا تستلزم الضورة استخدام أسلوب الحصر الشامل خاصة في المجتمعات المحدودة كطلاب الكليات أو عمال مصنع ألخ .

بحوث العينات : بحوث العينات تتناول بالدراسة بعض يمثل الكل ، يتم اختيار ذلك البعض بطريقة علمية ، و

هو أسلوب قديم حتى أن الرجل العادي يستخدمه في حياته اليومية فالفلاح إذا أراد شراء غلال يأخذ كمية قليلة و يختبرها و المتسوق يأخذ عينة من القماش ليختبرها قبل أن يشتري ثوبا و الموجه ينتقي عدد من الطلاب و يختبرهم لقياس مهارات المدرس في التعليم ، و الطبيب يأخذ عينة من الدم ليحللها ، و هكذا . و الواقع أن هذه الطريقة تؤدي إلى توفير كثير من الجهد سواء للباحث أو المبحوثين ، و أيضا توفر في الوقت و التكلفة . فضلا عن أن النتائج تكون أقرب إلى الدقة ، و مثال على ذلك أن الباحث رونتري أجرى عام ١٩٤١ دراسة عن الفقر في إحدى المدن البريطانية (من حيث الأنفاق و إيجار السكن و الدخل العام للطبقات العاملة) بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة ثم كررها مرة أخرى بأسلوب الحصر الشامل و أكتشف أن النتائج جاءت متقاربة لحد كبير .

مزايا البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل : كما نرى أن من أهم مزايا العينة هي اختصار الوقت و الجهد و المال ، و العكس صحيح في حالة البحث الشامل . أيضا يقدم نظام العينة نتائج دقيقة حيث يسهل تتبع غير المستجيبين في حالة البحث بالعينة بينما يصعب ذلك في حالة البحث الشامل .

فمثلا في حالة الاستبيان بالبريد إذا تم مراسلة كل مفردات المجتمع يصعب أن يتم الضغط على أولئك الغير مستجيبين و إجبارهم على الرد نظرا لكثرة عدد مفردات المجتمع ، بينما توفر العينة إمكانية ملاحظتهم بالاتصال أو حتى بالزيارة الشخصية ، و إمكانية إعادة الاتصال ببعض المبحوثين لأستكمال الناقص في إجاباتهم . كما يوفر أسلوب العينة إمكانية الحصول على بيانات أكثر بكثير من أسلوب الحصر الشامل . فضلا أن طريقة العينة تساعد على جمع البيانات و تلخيصها و تحليلها في أقل وقت ممكن و هذا يفيد في حالات الأستطلاع الفوري للرأي العام حيال قضية ما . و أخيرا فإن هناك حالات بعينها تفرض أسلوب العينة كتحليل دم المريض أو إجراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما إلخ .

ثانيا أنواع العينات :

العينات الغير عشوائية (الغير احتمالية) : هي عينات لا تتم بأسس سليمة و يعيبها أنها لا تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا أو علميا لذا لا يمكن تعميم نتائجها على المجتمع ككل ، و من أمثلتها :

1. **العينات العارضة :** حيث يتجه الباحث إلى اختيار الحالات التي يصادفها ، كأن يسأل الباحث أول مائة شخص يقابلهم و هذا يحدث في معظم التحقيقات الإعلامية ، و هذا الأسلوب يستخدم في الإستطلاعات الفورية للرأي العام في الأسواق و الشوارع دون التقيد بمحددات علمية لتوصيف العينة .

2. **العينات العمدية :** حيث يتجه الباحث إلى اختيار مفردات بعينها يعتقد أنها تمثل المجتمع ، كأن يختار المفردات من المنطقة التي يجري فيها بحثه معتقدا أن سكانها يمثلون المستمعين للراديو أو الأكثر مشاهدة للتلفزيون أو السينما أو المسرح إلخ . و قد وجد الباحثون أن بعض المناطق تعطي نتائج قريبة جدا من نتائج المجتمع الأصلي ، مما يدفعهم إلى الإعتماد على هذه المناطق ما داموا يعلمون بخبرتهم السابقة أنها تعطي صورة صحيحة للمجتمع . و هذه الطريقة تناسب البحوث التنبؤية أحيانا مثل التنبؤ بنتائج الإنتخابات ، نظرا لأنها توفر وقت و جهد كبير إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الإحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلي خاصة بالنسبة للوحدات التي يرغب الباحث في اختيارها و هو أمر لا يتيسر في كل الأحوال ، كما أن تعرض الخصائص الإجتماعية على المدى البعيد للتغير يجرح في معرفة الباحثين و من ثم يشكك في نتائج البحوث من هذا النوع .

3. **العينة الحصصية :** حيث يتجه الباحث إلى تقسيم المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص المجتمع و يعمل على أخذ عينة من كل فئة حسب حجم المفردات في هذه الفئة ، و يترك للباحث الميداني حرية اختيار مفردات الحصة بشرط أن يلتزم بالحدود العددية و النوعية للعينة (مثل بحثك في فنون جميلة) . و يعيب هذه الطريقة أنها قد لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا إذا لم يلتزم الباحث بنسب عددية للضوابط التي أختيرت على أساسها العينة مجتمعة فتكون النتيجة أن يكون أغلب العينة مثلا من الإناث أو من الشباب أكثر من المسنين و من ثم يجرح في مصداقية نتائجها . غير أن هذا الأسلوب يفيد في حالات الإستطلاعات الفورية للرأي العام نظرا للسرعة التي تتم بها و قلة تكاليفه . و يجب أن نشير إلى أن العينة الحصصية تختلف عن العينة العشوائية الطبقية ، فالعينة الحصصية تترك للباحث أن يختار داخل كل طبقة و من ثم هناك فرصة لتحيز (كأن يختار الباحث فئة عمرية أو جنس معين داخل كل فئة) بينما العينة الطبقية لا تترك للباحث أي فرصة للأختيار فالأمر عشوائي بحت . و هناك محاولات لربط الأسلوبين معا من خلال تصميمات تحدد باحث ميداني لكل منطقة و تعليمات محددة تقيد الباحث (مثل زيارة كل ثاني منزل و مقابلة كل ساكنيه ، أو مثل تسليم الباحث كشوف بأسماء المبحوثين المطلوب إجراء البحث معهم و الذين وقع الأختيار عليهم من خلال كشوف عشوائية). و يوجد أسلوبان للضوابط التي تختار بها العينة الحصصية هما :

النوع	ك
ذكور	٢٦
إناث	٢٤
المجموع	٥٠

فئات السن	ك
١٦ -	١٠
٢٠ -	٨
٣٠ -	١٢
٤٠ -	١١
٥٠ فأكثر	٩
المجموع	٥٠

المستويات التعليمية	ك
أميون	٢٠
يقرأون ويكتبون	١٠
مؤهل أقل من المتوسط	٥
مؤهل متوسط	٦
مؤهل أعلى من المتوسط وأقل من الجامعي	٦
مؤهل عال فأكثر	٣
المجموع	٥٠

المستوى التعليمي										
السن/النوع	أميون		يقرأون ويكتبون		مؤهل أقل من المتوسط		مؤهل متوسط		مؤهل أعلى من المتوسط وأقل من الجامعي	
	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ
١٦ -	٣	٢	٢	١	١	١	١	١	١	١
٢٠ -	١	٢	١	١	٢	٢	٢	٢	٢	٢
٣٠ -	٣	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٤٠ -	١	١	١	١	١	١	١	١	١	١
٥٠ فأكثر	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
المجموع	١١	٩	٥	٥	٢	٢	٢	٢	٢	٢
الإجمالي	٢٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠

- **أسلوب الضوابط المستقلة :** يعتمد الباحث في هذا الأسلوب على الإجمالي فقط و تستقل الضوابط تماما بحيث يكون كل ضابط بمعزل عن الآخر ، كما هو مبين في الشكل المواجه . و يعيب هذا الأسلوب أنه أقل من أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا من حيث درجة التمثيل ، فالباحثون هنا قد يختارون كل النساء أو أغلب العينة من فئة محددة المهم أن يحصل في النهاية على خمسين مفردة .
- **أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا :** هو عكس الأسلوب السابق حيث يربط الضوابط كلا بالآخر كما يتضح من الشكل التالي . و يسلم مثل هذا الجدول لباحث ميداني ليسترشده به في اختيار مفردات العينة الخمسون (الأميون من عمر ١٦ عام يأخذ ٣ ذكور و ٢ إناث ، و من الأميون من عمر ٢٠ يأخذ ١ ذكور و ٢ إناث ، و هكذا) ، و من ثم يؤشر الباحث على كل خانة في الجدول تم تغطيتها إلى أن ينتهي من الجدول تماما .

العينات العشوائية (الأحتمالية) : هي العينات التي يتم اختيارها من المجتمع وفق نظرية الاحتمالات ، و هذا يوفر لكل وحدة داخل المجتمع فرصة الظهور في العينة ، و هذه الطريقة تفيد في الحصول على نتائج دقيقة و موثوق فيها و يمكن أيضا من خلالها

قياس الأخطاء الناجمة عن عملية المعاينة ، و الآن نستعرض أهم أنواع العينات العشوائية (أنظر مادة رقم ١٧٠ ص ٤٤) :

1. **العينة العشوائية البسيطة** : هى العينة التى يتم اختيارها بطريقة تحقق لجميع وحدات المجتمع نفس الفرصة في الاختيار و هناك طرق مختلفة لسحب هذه العينة :

• **طريقة الاقتراع المباشر** : و فيها يتم ترقيم المجتمع و كتابة هذه الأرقام على ورق و طيه و خلطه ثم الاختيار من بين هذه الورق عدد محدد ، فإذا أردنا اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من ١٠٠ فرد من مجتمع مكون من ٩٠٠ فرد فإننا نعطي كل فرد رقما مسلسلا و نكتبه في ورقة و نطويها و نخلط الأوراق ثم نبدأ بسحب ورقة تلو الأخرى فنفتحها و نسجل الرقم و نعيد طيها و إعادتها مرة أخرى و خلط الأوراق و نسحب الورقة التالية و نسجلها و هكذا ، و إذا تم سحب رقم مكرر يتم إستبعاده (عدم تسجيله) و إعادته للأوراق مرة أخرى و تكرر الأمر ، و تسمى هذه الطريقة السحب مع الإعادة . و هناك طريقة أخرى و هى السحب مع عدم الإعادة بمعنى عدم إعادة الورقة التى تم سحبها مرة أخرى إلى باقي الأوراق .

• **الجدول العشوائية** : وضع علماء الإحصاء جداول عشوائية يتلخص أسلوب إستعمالها في ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسلة ، و يختار منها أصحاب الأرقام التى تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة . فمثلا إذا أرجنا سحب عينة من ٤٠٠ شخص من مجتمع به ٨ آلاف شخص ، و هؤلاء الأشخاص لهم أرقام مسلسلة فمعنى ذلك إننا يجب أن نحصل على ٤٠٠ رقم من الجداول العشوائية ، و كل رقم يتكون من ٤ خانات بشرط ألا يزيد عن ٨٠٠٠ مع مراعات عدم إستخدام نفس الصفحة .

• **الحاسب الآلي** : يستخدم الحاسب الآلي في سحب العينات العشوائية البسيطة و خاصة حينما يكون حجم المجتمع كبيرا ، مثل سحب شهادات الإستثمار مجموعة ج .

و تتميز العينة العشوائية البسيطة بسهولة الاختيار ، و لكن يعيبها أنها لا تضمن تمثيل كل مجموعة من مجموعات المجتمع و طبقاته خاصة إذا كان المجتمع يتسم بعدم التجانس ، كأن يكون المجتمع ١٠٠٠ مفردة منهم ٤٠٪ ذكور و ٦٠٪ إناث ، فإذا كان البحث يتعلق بعلاقة الجنس بمشاهدة التلفزيون مثلا فإن العينة البسيطة لا تضمن تمثيل دقيق للمجتمع فربما تم اختيار الذكور أكثر من الإناث (بالرغم من ارتفاع نسبتهم في مجتمع الدراسة) و من ثم تأتي النتائج غير دقيقة في هذه الحالة . إذا تلك طريقة تناسب المجتمعات التى فيها قدر كبير من التجانس . أضف إلى ذلك صعوبة اختيار العينة العشوائية البسيطة في حالة المجتمع الكبير . و أخيرا فإن أنتشار المجتمع في مساحة واسعة و نائية كما في المجتمعات الصحراوية يجعل إستخدام هذه الطريقة غير مناسب .

2. **العينة العشوائية المنتظمة** : تمتاز هذه الطريقة بسهولة اختيار مفرداتها و قلة تكاليفها خاصة في حالة المجتمعات الكبيرة حيث يتم تقسيم المجتمع إلى مجموعات متساوية في العدد أو فئات مع مراعاة أن اختبار وحدات العينة يتم عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم ، فإذا أردنا إجراء دراسة على مجتمع قسم الإذاعة بكلية الإعلام أو شعبة الدراما أو شعبة التمثيل أو شعبة الديكور بمعهد الفنون المسرحية و كان المجتمع يتكون من ١٠٠٠ مفردة و المطلوب سحب عينة من ١٠٠ مفردة فإننا نقسم المجتمع إلى أقسام متساوية كالآتي : **أولا حساب المدى (طول الفئة)** (١٠٠٠ مفردات المجتمع / ١٠٠ مفردات العينة = ١٠) ، إذا قيمة التكرار هى ١٠ و من ثم يتم تقسيم المجتمع إلى وحدات كل وحدة من ١٠ مفردات ، **ثانيا تحديد معدل التكرار** و ذلك بأختيار مفردة من المجموعة الأولى بشكل عشوائي و لتكن ٩ ، **ثالثا تحديد أرقام مفردات العينة** من

المجتمع و هي تتكون من رقم ٩+ قيمة التكرار و هي ١٠ = ١٩ ، و من ثم فإن أرقام العينة هي ٩ ، ١٩ ، ٢٩ ، ٣٩ ... ٩٩ .

تتميز هذه الطريقة بأنها أسهل في الاختيار من الطريقة العشوائية البسيطة ، لكن يعيبها أنها لا تصلح إذا كانت مفردات المجتمع مرتبة في قوائم بنظام خاص يزيد من فرص ظهور بعض الأفراد عن غيرهم مثل ترتيب الطلاب حسب درجات الأمتحان لذلك لا يفضل إتباع طريقة العينة المنتظمة إذا كان الإطار يعكس اتجاهات محددة للظاهرة موضوع الدراسة . أيضا يؤخذ على هذه الطريقة أنها تميل للتحيز مثلا إذا كان المطلوب فحص السكان في الشقق ٩ ، ١٩ ، ٢٩ ... فمعنى ذلك أن سكان البدروم و الملاحق و العرش و السطوح سيتم إستثناؤهم و من ثم فهناك تحيز واضح لفئة دون فئة .

أوجه الاختلاف بين العينة العشوائية البسيطة و المنتظمة :

بسيطة	منتظمة
يتم اختيار جمعي المفردات عشوائيا	يتم اختيار مفردة أول مجموعة عشوائيا و تمثل معدل التكرار لباقي المفردات
قد يتم أخيار رقمين متتاليين (٨ و ٩)	لا يحدث مطلقا أخذ رقمين متجاورين

3. **العينة العشوائية الطبقيّة :** توجد عدة شروط لابد من توافرها لأستخدام العينة الطبقيّة العشوائية منها : أن يكون المجتمع قابل للتقسيم في طبقات متجانسة و تختلف كل طبقة عن الأخرى من حيث الظاهرة التي يراد دراستها ، و أن يكون معلوما حجم كل طبقة بشكل جيد إذ أن حجمها يدخل في تقدير حجم العينة التي تسحب من كل طبقة كما أن التقديرات التي تسحب من كل مجموعة سترجع بنسبة تلك الطبقة إلى حجم المجتمع للوصول إلى تقدير شامل للظاهرة في المجتمع ككل .

و تتميز هذه الطريقة بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي بحيث يضمن الباحث ظهور وحدات من أي جزء من المجتمع تهمة دراسته ، كما أنها تساعد على تقليل التباين الكلي للعينة و ذلك بتقسيم وحدات العينة بطريقة تجعل التباين داخل الطبقة أقل ما يمكن ، فضلا عن أنها تقدم نتائج دقيقة من عينة صغيرة (قياسا بالطرق السابقة) و من ثم توفر في الوقت و الجهد و التكاليف .

طرق اختيار العينة الطبقيّة العشوائية :

- **التوزيع المتساوي :** تعتبر هذه الطريقة هي أدنى المستويات دقة في الاختيار ، و فيها نقسم عدد مفردات العينة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوي حتى لو اختلف عدد أفراد كل طبقة . فمثلا بالرغم من أن عدد الإناث يفوق عدد الذكور في كلية كذا إلا أن العينة الطبقيّة ذات التوزيع المتساوي تقتضي هنا بأن نأخذ ٥٠٪ للإناث و ٥٠٪ للذكور من إجمالي حجم العينة .

- **التوزيع المتناسب :** في هذه الطريقة إذا كان المجتمع يتكون من ١٠٠٠ مفردة مقسمة إلى ٣ طبقات الأولى بها ٥٠٠ و الثانية بها ٣٠٠ و الثالثة بها ٢٠٠ ، و كان المطلوب الحصول على عينة قوامها ١٠٠ مفردة فإننا نوزعها بأسلوب التوزيع المتناسب على الطبقات الثلاثة على التوالي فناخذ من الطبقة الأولى ٥٠ و من الثانية ٣٠ و من الثالثة ٢٠ . و هذا مثال للتبسيط لكن المعادلة لذلك تكون كما هو مبين في المثال التالي :

إن هذا المثال لمجرد التبسيط، لأن تقسيم التلاميذ إلى فئات، يمكن أن يتم على أساس مستوى التحصيل، الذكاء، السن، منطقة الإقامة... الخ، كما أن المجتمع قد يكون بالآلاف أو حتى بالملايين، افترض مثلاً أن إجمالي عدد السكان في مدينة معينة هو 139681، منهم 96241 من الذكور، مقابل 43440 من الإناث، أي أن السكان يتوزعون بين الذكور بنسبة 69%، و الإناث بنسبة 31%، وأنا نريد سحب عينة عشوائية طبقية حجمها 500 مفردة من الجنسين لإجراء دراسة عن قراءة الصحف. و لسحب العينة بناء على النسب السابقة (ذكور 69% و إناث 31%) نقوم بالآتي :

عدد الذكور	96241
إجمالي السكان	139681
عدد الذكور \times حجم العينة = 500 \times 344.5 أي 345 مفردة	
و من ثم فإن المفردات التي يتعين سحبها من الإناث يساوي: 155 = 345 - 500 مفردة.	
و يمكن العكس بأن تضع الإناث محل الذكور و الناتج تطرحه من إجمالي العينة ليخرج لك عدد الذكور	

• التوزيع الأمثل: في هذه الطريقة يجب مراعاة اعتبارين : حجم الطبقة في المجتمع كما في المستوى السابق و مستوى التجانس حيث ينبغي أن نزيد من عدد أفراد الطبقة التي توجد اختلافات كبيرة بين مفرداتها ، و يعتمد هذا على الإنحراف المعياري كمقياس لعدم التجانس فإذا كان لدينا مجتمع مكون من 3 طبقات على النحو التالي :

الطبقة الأولى	حجمها 500 و إنحرافها المعياري 1
الطبقة الثانية	حجمها 300 و إنحرافها المعياري 2
الطبقة الثالثة	حجمها 200 و إنحرافها المعياري 3

يكون اختيار عينة حجمها 100 فرد كالاتي :

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

$$35 = \frac{2 \times 300}{(3 \times 200) + (2 \times 300) + (1 \times 500)} \times 100 = \text{عدد حالات الطبقة الثانية}$$

$$35 = \frac{2 \times 200}{(3 \times 200) + (2 \times 300) + (1 \times 500)} \times 100 = \text{عدد حالات الطبقة الثالثة}$$

4. **العينة الثابتة أو الدائمة** : تبدأ العينة الثابتة بأختيار عشوائي من المجتمع ثم تجمع البيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية ، و بصفة عامة تفيد هذه العينة في دراسة التباين و التغير في إتجاهات و سلوك المجتمع و الآثار الناجمة عن بعض المؤثرات المتغيرة ، و في تطبيق ذلك نختار عينة و نساألها دورياً عن آرائها في بعض البرامج أو الحملات الإعلامية أو المسرحيات أو القرارات السياسية أو الاقتصادية . و من أشهر تطبيقات هذه الطريقة ما تتبعه هيئة الإذاعة البريطانية في الحصول على آراء عينات من مستمعيها و مشاهديها و لديها عينتان للرجوع إليهما الأولى من 2000 عضو يمثلون مجتمع المشاهدين ، و الثانية من 2000 عضو يمثلون مجتمع المستمعين . و تحرص الـ BBC على أن يكون هؤلاء الأعضاء ممثلين للمجتمع و يستمر

الرجوع إليهم و إستطلاع آراءهم على مدى ١٥ شهر في حالى عينة المستمعين ، بينما تنخفض هذه المدة إلى ٦ شهور بالنسبة لعينة المشاهدين ، و المتبع أن يجب كل عضو أسبوعيا على مجموعة من الاستبيانات عن عدد من البرامج و رأيه فيها ، و تساعد سرعة التحليل لمحتوى هذه الإستبيانات على متابعة الرأي العام بأقل و أيسر التكاليف .

و تتميز هذه الطريقة بسرعة إجراء البحوث و من ثم تناسب هذه الطريقة مع ضيق الوقت ، أيضا توفر التكاليف فعلمية سحب عينة في كل مرة تعد مكلفة و مضيعة للوقت ، بالإضافة إلى تحقيق الثقة بين الباحثين و أفراد العينة و تدريبهم على عملية التعبير الدقيق و من ثم تنشأ بين الباحث و المبحوث علاقة مهمة و مفيدة تسهل عمل الباحث لأن المبحوث سيصبح مدربا على طريقة الإجابة النموذجية . و تعد هذه الطريقة مناسبة في حالة الموضوعات ذات الأمتداد الزمني كالسياسات الاقتصادية و الإجتماعية . أيضا تعد فرصة جيدة لأدخال مؤثر ما لتعديل الرأي و قياسه بدون الحاجة إلى مجموعة ضابطة ، و أخيرا تفيد هذه الطريقة في تحديد الترتيب الزمني للمتغيرات .

أما عيوب هذه الطريقة فهي أنها تحول الأفراد بمرور الوقت إلى نقاد أكثر منهم مواطنين عاديين ، و ربما تمسك الفرد بإجابته التى سبق أن أدلى بها بالرغم من احتمال تغير عاداته و آراءه عن الموضوع محل الدراسة .

5. **العينة متعددة المراحل (العنقودية) :** في حالة المجتمعات الضخمة لا يمكن إستخدام أي من الطرق السابقة ، و يتحتم على الباحث إستخدام عينة متعددة المراحل أو عنقودية ، و يرجع السبب في ذلك إلى إستحالة حصر كل مفردات المجتمع و إرتفاع التكاليف و صعوبة إدارة البحث و الإشراف عليه . كيف إذا تتم ؟ : نفترض أننا بصدد دراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من اطفال القاهرة ، و في هذه الحالة تم أختيار العينة على مرحلتين المرحلة الأولى هى الأختيار العشوائى (البسيط أو الطبقي) لأحياء أو أقسام الشرطة في العاصمة ، المرحلة الثانية أن يتم حصر أسماء سكان هذه الأحياء و القيام بأختيار عينة منها بأي من الطرق السابقة الذكر .

تعريف بعض المصطلحات العلمية المستخدمة في بحوث العينات عند قياس الرأي العام :

1. **المجتمع :** هو جميع الوحدات التى يرغب الباحث في دراستها ، فقد يكون سكان مدينة ما أو قد يكون جميع أعداد صحيفة ما في الفترة من كذا إلى كذا ، أو عدد البرامج أو الأفلام أو المسرحيات المذاعة في فترة كذا أو في قناة كذا أو في قنوات كذا إلخ .

2. **وحدات المعاينة :** هى الوحدات التى يقسم المجتمع على أساسها بغرض أختيار العينة و عند أختيار العينة تعتبر كل وحدة من تلك الوحدات و كأنها مفردة قابلة للتقسيم . و عملية التقسيم قد تتم على أسس طبيعية كالأسرة أو الوحدة السكنية أو وحدة الإنتاج ، و قد يتم تقسيمها على أسس فرضية باستخدام مساحات محددة على الخرائط ، و قد يختلف حجم وحدة المعاينة من طريقة لأخرى ، ففي العينات المتعددة المراحل يتم أختيار وحدات معاينة أكبر حجما في المرحلة الأولى ثم يصغر حجم الوحدات تدريجيا في المراحل التالية . و بالنسبة لتحليل المحتوى فإن وحدات المعاينة هى جميع الوحدات التى يتكون منها مجتمع البحث ، فكل عدد من كل صحيفة يتم أختيارها أو كل كتاب أو وثيقة أو شائعة أو برنامج أو فيلم أو إعلان تعتبر وحدة معاينة خاضعة للتحليل .

3. **الإطار :** هو تلك الحدود التى تحوي داخلها جميع وحدات المجتمع المراد دراسته ، فدليل التليفون لا يصلح كإطار لأختيار عينة إستطلاعات و بحوث الرأي العام لأن كثير من الناس غير متضمنين فيه و كثير أيضا ليس لديهم

تليفون . أيضا لا تصلح جداول القيد في الإنتخابات كإطار فب بحوث تستهدف التعرف على أنماط تعامل الأطفال مع برامج الأطفال لأنها لا تتضمن من هم أقل من ١٨ عام . كذلك لا تصلح سجلات الحيازة الزراعية لأجراء دراسة على الريفيين حيث ليس كل ريفي يمتلك أرض زراعية . و كذلك لا تصلح دفاتر المرور كإطار لبحوث الرأي العام لأنه ليس كل الناس ملاك سيارات ... و هكذا . و يختلف الإطار من عينة لأخرى حسب طريقة المعاينة ، ففي العينات متعددة المراحل يوجد إطار لكل مرحلة من مراحل الأختيار .

و المهم تحديد الإطار بدقة قبل البدء في الدراسة كي لا تسقط بعض الوحدات التي من المفترض أن تكون متضمنة في مجتمع الدراسة نتيجة سوء الأختيار ، و هذا يتطلب الحصول على خرائط و إحصاءات حديثة ، و من ثم يمكن حصر شروط الإطار الجيد في :

- الكفاية : بمعنى أن يتضمن الإطار كافة الفئات التي تخدم أهداف البحث فليس من المقبول في دراسة إتجاهات الصحف إزاء فئة أو قضية معينة الأكتفاء بالصحف العامة دون الصحف الإقليمية و صحف الحزب الحاكم و المعارضة .
- الكمال : بمعنى أن يضم الإطار كل المفردات فلا يجوز الأعتداد على قوائم منقوصة .
- الدقة : بمعنى أن دقة عرض المصادر و تصنيفها طبقا للمعايير المختلفة يوفران وقت الباحث و يدعمان مصداقية النتائج .

4. **أخطاء العينات** : تنقسم أخطاء العينات في إستطلاعات بحوث الرأي العام إلى نوعين : **الأول أخطاء المعاينة** و من أسبابها صغر حجم العينة (كلما كبرت العينة قلت أخطاء المعاينة و زادت الثقة في نتائج البحث و العكس صحيح) + عدم مراعاة أحتتمالات عدم الإستجابة (فإذا أجرينا البحث على ٢٠٠٠ حالة و قدرنا أن ٢٠٪ لن يستجيب فمن المناسب من البداية أن نزيد حجم العينة إلى ٢٥٠٠ حالة) . أما **الثاني فهو أخطاء التحيز** و سببها أن الباحث تدخل في أختيار حالات بعينها ، أو لم يستخدم الطرق الصحيحة في حساب التقديرات

الملاحظة العلمية : إستخداماتها في رصد الشائعات و جمع البيانات

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات و البيانات إذا توافرت لها عدة شروط منها أن يكون لها غرض بحثي عميق و ليس لمجرد الفضول ، و أن توضع لها خطة منتظمة و أن تسجل الملاحظات تسجيلا دقيقا ، و أن تخضع لمراجعات و ضوابط تكفل الثقة في نتائجها .

و من مزايا الملاحظة : أنها تمكن الباحث من تسجيل السلوك وقت حدوثه و بذلك يقل فيها الأعتداد على الذاكرة و من ثم نسلم من التحريف ، كما تسهم الملاحظة في التعرف على ردود الفعل بالتعبير الحركي . مثل : قياس الإنفعالات الظاهرية أثناء التعرض لبعض البرامج أو عزوف المشاهد عن برنامج ما ، خاصة و أن هذه التعبيرات لا تتطلب من الأشخاص أن يقوموا بشئ محدد و إنما هي تعبيرات طبيعية لا يمكن تمثيلها خاصة و أن الباحثين لا يدرون أنهم تحت الملاحظة .

أضف إلى ذلك أن هناك كثير من **الموضوعات** التي لا يمكن جمعها إلا بالملاحظة : كالشائعات و النكت و العادات الاجتماعية و طرق التعامل بين الناس و بعض عادات الناس و عادات التعرض لوسائل الإعلام ، و أحيانا يرفض الناس الأجابة على الأستبيانات و من ثم فإن الملاحظة تكون في هذه الحالة مهمة .

من جهة أخرى فإن حالة المبجوثين قد تتطلب أحيانا استخدام الملاحظة دون غيرها كوسيلة لرصد المعلومات حول الظاهرة ، مثل رصد سلوك الأطفال (الذين لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم) أو مجتمع الصم و البكم .

في بعض المجالات يتطلب الأمر استخدام الملاحظة مثل قياس العملية التربوية حيث تفيد الملاحظة في رصد سلوك التلاميذ و صفاتهم الإجتماعية و النفسية كالتعاون و الثقة بالنفس و روح المبادرة ، و هذه الصفات لا يمكن رصدها بالطرق و الأختبارات و الأستبيانات التقليدية . و في هذا الصدد نشير إلى تجربة التليفزيون المصري حيث أجرى دراسة بأستخدام الملاحظة حول التليفزيون المدرسي تعد من أحسن دراسات إستطلاع الرأي العام و قد توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة بإستخدام هذه الأداة المنهجية لرصد لرصد آراء و إتجاهات و سلوك المبجوثين .

أيضا تساعد الملاحظة في التحقق من صدق إجابات المبجوثين في الأستبيانات ، فعندما يقول المبحوث أنه يتابع البرامج الصحية و يطبق إرشاداتها و يستفيد منها فإن الملاحظة تؤكد مدى مصداقية ذلك من خلال نظافة البيت و أفراد الأسرة إلخ .

أما **عيوب الملاحظة** فتتضمن في : صعوبة ملاحظة الماضي و المستقبل فلا يمكن التنبؤ مقدما بوقوع حادث معين ففي بعض الحالات علينا أن ننتظر الحدث لنلاحظه ، كذلك صعوبة ملاحظة المعتقدات و الدوافع ، فضلا عن صعوبة إجراء الملاحظة على مجتمع كبير. كما أن الملاحظة و للأسف لا تخلو من تحيز الباحثين فكل باحث يلون الأمر الحسي (الذي يلاحظه) بطابعه الخاص ، لذا تختلف النتائج بأختلاف الملاحظين من حيث قوة و ضعف حواسهم و من حيث قدرتهم على وصف الحدث الحسي و تأويله علميا ، فإذا أضفت لذلك أن الملاحظين يختلفون في قدرتهم على سرعة رصد و تسجيل الأحداث بدقة و مهارة فإننا ندرك مدى ما يكتنف عملية الملاحظة من قصور و من ثم يؤثر في النتائج .

و شروط الملاحظة الجيدة هي : يجب أن تكون الملاحظة شاملة كاملة بمعنى أنه من الواجب أن يلاحظ المرء كل العوامل التي قد يكون لها أثر في إحداث الظاهرة ، لأن إغفال أحد العوامل قد يؤدي إلى عدم معرفة بعض الظواهر ، كما يجب الانتباه أثناء الملاحظة لأهم العوامل و الجوانب التي توضح الظاهرة محل الدراسة ، و يجب تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسي الدقيق ، لذلك يشترط أن يتمتع الملاحظ بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه إلى ملاحظته ملاحظة دقيقة و أن يكون خاليا من المعوقات الخلقية للحواس كالعمى الكلي أو الجزئي أو عمى الألوان أو الصمم إلخ ، و أيضا أن يكون خاليا من المعوقات الوقتية التي قد تؤثر عليه أثناء الملاحظة كتناول العقاقير إلخ ، و يجب أن تكون الأشياء المراد ملاحظتها سهلى الإدراك من حيث الحجم و درجة الثبات و التنظيم و الشدة و السرعة . و على الملاحظ أن يتفرغ أثناء الملاحظة لرصد الحدث فلا يشغله شئ آخر عن ذلك ، و يمكن للملاحظ أن يستعان بأجهزة التسجيل حتى يستطيع مراجعة ما فاته أو التأكد من ملاحظاته التي دونها أثناء الحدث خاصة و أن الكاميرات مثلا يمكنها تسجيل مساحة أوسع من مساحة العين ، أيضا يجب أن يكون الباحث مدربا على قوة الملاحظة و دقتها و أن يتسم بالإصرار و المثابرة .

أنماط الملاحظة : هناك نوعان من الملاحظة لكل منهما أساليبه :

1. الملاحظة البسيطة : حيث يتم ملاحظة الظواهر و هى في حالتها التلقائية دون تعمد أو ضبط علمي ، بمعنى ملاحظة الظواهر في ظروفها الطبيعية دون إستخدام أي نوع من أنواع العد و القياس . و تختلف أساليب الملاحظة البسيطة : فهناك الملاحظة بالمشاركة حيث يتمكن الباحث من أن يحيا وسط الناس الذين يرغب في

ملاحظتهم و يتيح له ذلك أن يساهم معهم في مختلف أوجه النشاط ، و يكون الباحث قد حدد مسبقا فترة معاشيته للمجتمع وفقا لخطة البحث ، و تفيد هذه الطريقة في مجال رصد الشائعات حيث يمكن للباحث أن يساير المجتمع المبحوث كأى عضو بمعنى أن يخضع لنفس الظروف و المؤثرات التى يخضع لها مجتمع بحثه و عليه الا يفصح عن شخصيته حتى لا يلجأ المبحوث إلى تضليله أو إخفا مشاعره الحقيقية و أنماط سلوكه و عاداته في التعرض لوسائل الإعلام أو ترديد النكات و الشائعات . و هناك الملاحظة بدون مشاركة حيث لا يشارك الباحث في أنشطة الجمهور و تتميز هذه الطريقة بأنها تسمح للباحث برصد الأحداث و السلوكيات بطريقة أوضح .

2. الملاحظة المقتنة : يخضع هذا الأسلوب للضبط العلمي بمعنى أن تشتمل على كل الأطراف المشاركة بما في ذلك الباحثون و المبحوثون و الموضوع و الغاية التى يسعى البحث إليها و الموقف الاجتماعي و الأتصالي الذي يربط كل هذه الأطراف . و قد شاع إستخدامها في الدراسات التى تختبر فروضا سببية أو الدراسات التى تستهدف تقديم وصف دقيق لظاهرة ما من الظواهر التى تسعى إستطلاعات الرأي العام إلى رصدها . و الملاحظة المقتنة تستخدم وسائل منها التسجيلات الصوتية و المرئية و الصور الفوتوغرافية و تقارير المراسلين التى يتم الحصول عليها أولا بأول و مقارنتها من أجل التأكد من دقة المعلومات التى تم جمعها عن الظاهرة محل الملاحظة .

إستخدامات الملاحظة : أسست أول جماعة لأستطلاع الرأي على أساس الملاحظة في إنجلترا بأسم جماعة الملاحظة الجماعية ، و قد أسسها توم هاريسون (عالم في أصول الأجناس) و شارل مادج (صحفي و شاعر) ، حيث قاما بنشر إعلان في الصحف عن حاجتهم لمتطوعين يقومون بعملية الملاحظة و تسجيل كل ما يسمعه و يروه بوصف كامل و بلغة بسيطة فيما يتعلق بموضوعات محددة سيتم أخبار الملاحظين بها ، و بالفعل بلغ عدد المتطوعين في بداية الحرب العامية الثانية ١٥٠٠ ملاحظ تصلهم التعليمات مرة واحدة كل شهر ، و نشرت بعض تقارير هذه الجماعة التى تناولت التغييرات التى طرأت على أفكار الناس في بريطانيا و سلوكهم تحت تأثير الحرب و شملت ٦ موضوعات هى : شراء الملابس بالبطاقات ، الدعاية المحلية التى توجهها الدولة للمواطنين داخل بريطانيا ، مستقبل العاملين في الإنتاج الحربي ، آمال المواطنين و أحتياجاتهم بالنسبة لمشكلة الإسكان بعد الحرب ، آراء الناس بالنسبة للمشكلات المترتبة على تسريح الجنود بعد نهاية الحرب ، و أخيرا مشكلة قلة عدد المواليد و أثرها على تعداد بريطانيا بعد الحرب .

و على الرغم من أن هذه الطريقة تساعد في الوصول لنتائج مهمة و تقديم خدمات جليلة للبلاد و الوصول لأحكام و نتائج موفقة في مجالات إستطلاع الرأي العام إلا أن إستخدام الملاحظة في الوطن العربي كانت قاصرة على رصد الشائعات حيث أننا لم نجد من خلال حصرنا لبحوث الأتصال العربية إلا دراستين أعتمدتا على الملاحظة كأداة ضمن أدوات أخرى في بحث متكامل عن التليفزيون التعليمي ، في الوقت الذي أعتمدت فيه أكثر من ٣١٪ من بحوث الإعلام و الرأي العام في الولايات المتحدة على الملاحظة و قد تبين أن النتائج التى تم الحصول عليها من الملاحظة لا تختلف كثيرا عن الأدوات الأخرى كالأستقصاء مثلا .

مجالات إستخدام الملاحظة في بحوث الرأي العام : تستخدم الملاحظة في رصد الشائعات و النكت السائدة ، و في التعرف على البيان الحقيقي في المؤسسات الإعلامية و أنماط تأثير التداخلات المختلفة في صالة تحرير الأخبار (دراسات حارس البوابة) و عمليات أختيار الأخبار و تحريرها ، و تستخدم أيضا في قياس التعرض لبرامج التليفزيون عن طريق تركيب أجهزة القياس الإلكترونية في أجهزة الرسيفر للتعرف على فترات التعرض و أهم القنوات المفضلة و مدة التعرض ، كما تستخدم في ملاحظة الصحف الأكثر تفضيلا لأتنباه القراء و أماكن البيع التى عليها

كثافة و رصد نوعية القراء و عدد التوزيع و عادات القراءة ، و كذلك تستخدم الملاحظة في أثناء المقابلات مع مندوبي الأخبار و وكالات الأنباء ، و في التعرف على أهم البرامج الإذاعية المفضلة (و من الطريف أن نحكي عن تكليف إحدى هيئات البحث الأمريكية لمجموعة من سائقي التاكسي بتسجيل ملاحظاتهم عن سلوك الركاب عندما يدخلون إلى التاكسي و الراديو مفتوح على إحدى المحطات) ، أيضا تفيد في رصد رد فعل الرأي العام تجاه الخطب و البيانات المهمة و المذاعة تليفزيونيا على الهواء عن طريقة ملاحظين موزعين في مجموعة أماكن عامة كالمقاهي و الأندية ، أيضا تفيد في إستطلاع الرأي العام في الموضوعات التي قد لا يرغب الناس في التحدث فيها مجاهرة أو الإجابة على الأسئلة التي توجه إليهم بشأنها و تعد الملاحظة في رأينا أنسب الطرق لأستطلاع الرأي العام في البلاد التي ترتفع فيها نسبة الأمية و يسود بين الجماهير و بعض الفئات الشك في كل ما له طابع رسمي .

العوامل التي تزيد من فعالية إستخدام الملاحظة :

1. توافر وسائل و أساليب رصد الظواهر بسرعة و دقة ، و سهولة إيصال الملاحظات بسرعة إلى مركز قياس الرأي العام ، و يستلزم ذلك تزويد الملاحظين بفاكس أو أنترنت من أجل سرعة إرسال الشائعات و النكت و الظواهر .
2. عدم تحيز الملاحظين : بمعنى أن يتم توزيع أستمارة موحدة مثلا لرصد الشائعات تتضمن تسجيل الشائعة و السمات الديموغرافية لمروجيها و مكان رصدها مع التأكيد أنه في بحوث الرأي العام المهم الرأي لا صاحب الرأي.
3. الباحثين المدربين : ينبغي أن يخضع الباحث لتدريبات جماعية أو لتوجيهات فردية إذا كان يواجه قصورا في مجال محدد . و من ذلك التأكيد على الملاحظين ألا يشعروا المبحوثين في المجتمع أنهم تحت مجهر المراقبة حتى يتصرفوا بطبيعتهم .

تحليل المحتوى : إستخداماته في إستطلاعات و بحوث الرأي العام

تعد الرسالة هي أحد العناصر المهمة في عملية الأتصال و لذلك يعتبر تحليلها هو الوسيلة الأساسية للكشف عن المضمون و الشكل و كل ما يتعلق بذكاء المصدر و قدراته و شخصيته و دوافعه و إتجاهاته و قيمه . و كان للباحثين الإعلاميين جهود في تحليل المحتوى في النصف الأول من القرن العشرين . و قد عرفت مصر دراسات تحليل المحتوى في الستينات و أزهرت إستخداماته عاما بعد عام و أتمدت عليها مئات الرسائل العلمية و البحوث سواء بفردا أو في إطار منهجي متكامل يدرس الرسالة و المتلقي و أساليب الممارسة ، و المكتبة العربية زاخرة بهذه الدراسات مثل دراسات الأتصال العربية (لليونسكو) و مستخلصات بحوث المستمعين و المشاهدين (للمركز العربي لبحوث المستمعين و المشاهدين) .

تعريف تحليل المحتوى : يعرفه برلسون بأنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم لوصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا و كميًا . أما جانيس فيرى أنه الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف و تبويب المادة الإعلامية بناء على تقدير الباحث و غالبا ما يقسم المحتوى إلى فئات واضحة و تحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق . أخيرا ترى الموسوعة الدولية للعلوم الإجتماعية أنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة و المسموعة و المرئية و ذلك بأختيار عينة من المادة موضع التحليل و تقسيمها و تحليلها كميًا و كيفية على أساس خطة منهجية منظمة .

أستعمالات تحليل المحتوى : يستعمل التحليل في البحوث التى تتعلق بـ :

المصدر	بحوث تحديد النوايا و الأهداف و الإتجاهات و الكشف عن المهارات و السمات الشخصية و الإجتماعية .
الرسالة	بحوث الكشف عن وسائل الأتصال ، و عن السياسات و الأهداف ، و عن الأنماط و المعايير الأتصالية ، و عن أساليب الممارسة ، و عن تدفق المعلومات ، و عن درجة الإنقرائية .
الوسيلة	دراسة فنون الإقناع ، دراسة إتجاهات حارسة البوابة .
المتلقي	دراسة الأنماط الثقافية و الفكرية و العقائدية ، والتغيير في هذه الأنماط ، و طرق تحقيق الغايات و الأهداف
التأثير	دراسة التفاعل و المشاركة ، و الإستجابة اللغوية ، و مراكز الأهتمام للمستقبل ، و تقويم السياسات و الأهداف .

وحدات تحليل المحتوى : هى الشئ الذى نقوم حقيقة بأحتسابه و هى أصغر عنصر في تحليل المضمون و أكثرها أهمية ، و أهم وحدات المحتوى خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية و هى :

- الكلمة :** الكلمة هى أصغر وحدة من وحدات تحليل المحتوى ، و لكل كلمة مرادف هو الرمز ، و تكمن صعوبة تحليل الكلمة في حالة تعبيرها عن مفاهيم مجردة كالحرية و الديمقراطية و العدالة .
- الموضوع أو الفكرة :** هى أكثر وحدات تحليل الموضوع أستخداما في مادة الأتصال و الشائعات و النكت ، و الموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة (فعل و مفعول) أو عبارة أو فقرة تتضمن الفكرة التى تدور حول مسألة معينة .
- الشخصية :** يكثر إستخدام وحدة الشخصية في تحليل القصص و الأفلام و التراجم إلخ . و يجب هنا أن نفرق بين الشخصية و الكلمة حيث تستخدم وحدة الكلمة حينما نهتم بشخص معين لأنه يعبر عن فكرة أو إتجاه بينما تهتم وحدة الشخصية بتحليل الشخصية و تطورها في عمل أدبي أو في تراجم و سير .
- طبيعة المادة الإعلامية :** يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها للجمهور مثل : الكتاب ، الفيلم ، العمود ، المسلسل ، المسرحية ، البرنامج التليفزيوني ، المقال ، الشائعة ، النكتة إلخ . و يمكن تقسيم هذه الوحدة إلى وحدات فرعية فالبرنامج يقسم إلى برامج ترفيهية و برامج طوائف ، و برامج الطوائف تقسم غلى برامج عمال و أطفال و مرأة إلخ ، و هكذا .
- مقاييس المساحة و الزمن :** يلجأ الباحث إلى بعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التى شغلها المادة الإعلامية المنشورة في وسائل الإعلام المطبوعة (تقاس بالسنتيمتر) و الذى أستغرقته المادة الإعلامية المذاعة بالوسائل السمعية و المرئية (تقاس بالدقيقة و الثانية)، و ذلك بهدف التعرف على مدى التركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل .

فئات تحليل المحتوى : ما الذى سنحلله ؟ سنحلل المضمون و الشكل :

★ **أولا تحليل المضمون (ماذا قيل؟) :** سوف نحله من حيث :

- موضوع الأتصال :** و تجيب عن سؤال رئيسي و هو علامة تدور مادة الأتصال ، و هنا يقوم الباحث بخلق (تصنيف) فئات الموضوع الرئيسية و الفرعية (و لا توجد فئات جاهزة) ، مثال موضوع الشائعات ينقسم إلى شائعات سياسية و أقتصادية و دينية و إجتماعية و رياضية و فنية و أدبية إلخ.

2. **إتجاه المضمون :** توضح إتجاه التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون او مدى تأييد أو رفض قضية ما ، حيث يمكن تصنيفها إلى (إيجابي ، معتدل ، سلبي) أو (تسامح ، حرمان) . و يشير كتاب "تحليل مضمون الدعايا/ مختار التهامي" إلى أن مضمون الأتصال يكون إيجابي عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة (تعكس تضامن الإجتماعي و التعاون و الإستقرار السياسي و الأقتصادي) مع التركيز على المستقبل ، بينما المضمون السلبي فيعرض الموضوعات الغير مؤيدة (تعكس قيم الضعف و التفكك و التوتر إلخ) .
3. **القيم :** و تستخدم فئة القيم للتعرف على الهدف أو الحاجة التى يسعى القائم بالأتصال إلى تحقيقها .
4. **السمات :** تستخدم لوصف خصائص الأفراد للتعرف على خصائصهم كالسن و النوع و منطقة الإقامة و الحالة التعليمية إلخ ، و يفيد هذه في معرف خصائص مروجي الشائعات .
5. **مصدر المعلومة :** و تستخدم للكشف عن الشخص أو مصدر المعلومة أو الشائعة كالأشخاص و الصحف و وكالات الأنباء إلخ .
6. **الجمهور المستهدف :** و تستخدم للتعرف على الجمهور المستهدف ، و هنا يمكن تقسيم الجمهور . مثال : في دراسة لأتحاد الإذاعة و التليفزيون تم تقسيم البرامج التى تستهدف الجمهور إلى : برامج المرأة (عام) ، الأسرة (عام) ، المرأة الريفية ، المرأة العاملة ، المرأة البدوية ، ربة البيت إلخ . مثال آخر : في بحث تناول المشكلة السكنية قسمنا الجمهور إلى عمال ، فلاحين ، المرأة ، الأسرة ، الشباب ، جمهور عام . مثال ثالث : في تقسيم الجمهور المستهدف من الشائعة قسمناه إلى مسؤولين حكوميين ، أعضاء أحزاب ، أجهزة رقابية ، مواطن عادي (تم تقسيم المواطن العادي حسب المهنة إلى مزارعين ، عمال إلخ أو إلى عامل و عاطل) .

★ **ثانيا تحليل الشكل (كيف قيل ؟) :**

1. **شكل المادة الإعلامية :** حيث يمكن تحديد الشكل و مدى تأثيره على المضمون فمثلا يمكن تقسيم الصحف إلى (خبر ، مقال إفتتاحي ، عمود ، حديث ، تحقيق ، ندوة ، إعلان ، شعر ، زجل ، كاريكاتير) ، و يمكن تقسيم الإذاعة و التليفزيون إلى (حديث مباشر ، حوار ، مناقشة ، ندوة ، سؤال و جواب ، تمثيلية ، غناء ، إعلان) ، و يمكن تقسيم الشائعات إلى (شفوية ، مطبوعة ، محفورة على الجدران إلخ) .
2. **اللغة المستخدمة :** هذا الجانب مهم لأنه يساعدنا على فهم الرسالة الإعلامية ، فاللغة العربية الفصحى تختلف عن الفصحى البسيطة عن العامية ، و اللغة العربية عن الإنجليزية عن الفرنسية .
3. **المساحة و الزمن :** فالمساحة التى يتم تحديدها للموضوع تؤثر بدون شك في قوة تأثيره سواء كانت تلك المساحة على صفحات الصحف أو في زمن في وسائل الإعلام المسموعة و المرئية .

أعتبارات و شروط مهمة : في تحليل محتوى المواد الإذاعية و التليفزيونية ، و بخاصة الموجهة للرأي العام :

- ضرورة تمتع القائم بالتحليل (الباحث) بسلامة الحواس (السمع و الرؤية) .
- ضرورة توافر كاميرا لتسجيل عينة الدراسة و يفضل أن يكون التحكم فيها بريموت كنترول .
- ضرورة أن تكون الشرائط المسجل عليها محتوى البرامج التليفزيونية و الإذاعية جيدة بحيث يمكن إعادة تشغيلها مرات دون أن يتأثر المحتوى بذلك .

- ضرورة توافر stopwatch لقياس الزمن المخصص لأذاعة أو عرض محتوى ما في الراديو أو التلفزيون أو أي عنصر يشير إلى مدى الأهتمام بعض الموضوع و تقديمه ، فكلما زادت مساحة الزمن كان ذلك دليل على الأهتمام بمخاطبة الرأي العام و التأثير فيه .
- ضرورة توافر باحثين يعرفون في وسائل الإيضاح التلفزيونية مثل : الرسوم المتحركة و العرائس (المجسمة و الخيال الظل) و التمثيل البشري (روائي ، تسجيلي ، غنائي ، إستعراضى ، أدائي) ، أفنعة ، تصوير ميداني ، نماذج (الشكل الظاهري ، القطاعات ، الحل و التركيب و النماذج الشغالة) ، الصور الثابتة (فوتوغرافي ، أفلام ثابتة ، شرائح) ، اللوحات (فنية ، مكتوبة ، مرسومة) ، الخرائط و المجسمات و المسطحات و الكهربائية .
- ضرورة معرفة القوالب الفنية المستخدمة في عرض المضمون الإذاعي بشقية المسموع و المرئي ، مثل : الحديث المباشر (شخص واحد مع المذيع ، شخصان ، أكثر من ذلك) ، سؤال و جواب (بين المقدم و الضيف ، بين المقدم و الجمهور ، و من الجمهور للمقدم) ، حوار ، قالب تمثيلي ، غناء ، راوي للصورة (تعليق شخص واحد أو أكثر)

عوامل نجاح تحليل المحتوى في مجال إستطلاعات و بحوث الرأي العام : يتوقف نجاح التحليل في إستطلاع الرأي العام على عدة عوامل أو خطوات هي :

★ **الدقة في تصميم إستمارة التحليل :** تتحقق الدقة في تصميم إستمارة التحليل بمراعات القواعد المنهجية في إعداد الإستمارة و صياغة بنودها و ذلك على النحو التالي :

1. **تحديد الهدف من تحليل المحتوى :** هل لدراسة المحتوى أم الجمهور أم القائم بالاتصال . فلا تحاول إعداد إستمارة قبل أن تلخص أهداف الدراسة في اسئلة محددة ، هذه الأسئلة تعكس الهدف من الدراسة ، مثل :

- هل الهدف دراسة الشائعات في كل وسائل الاتصال أم في وسيلة واحدة منها ، هل الهدف دراسة الشائعات و الشعارات الشفوية أم المكتوبة على الجدران (القائم بالاتصال) .
- هل الهدف دراسة الشائعات و الشعارات الشفوية أم المكتوبة أم كلاهما (مضمون) .
- هل الهدف دراسة أعمدة الرأي في الصحف التى تتناول قضية ما (الوسيلة) .

2. **تحديد البيانات المطلوب جمعها :** يساعد تحديد الأهداف بوضوح و دقة في تحديد البيانات المطلوب جمعها ، و يمكن أثناء تحديد البيانات المطلوبة الرجوع إلى : التراث العلمي و إستمارات تحليل المحتوى التى سبق إعدادها في بحوث سابقة لمراجعة الفئات و تحسين ما قد يتراءى تحسينه منها أو إعادة صياغتها لخدمة أغراض البحث (خاصة فيما يتعلق بالشائعات أو بريد القراء أو أعمدة الرأي أو الهتافات و الشعارات) . فضلا عن الرجوع إلى الخبراء و المتخصصين في مجال الدراسة . و أيضا إجراء تحليل مبدئي و الذي يفيد في تحديد العناصر المكونة لبنود الإستمارة و تصميمها و جداولها و يخلق ألفة بين الباحث و المحتوى الذي يدرسه و يحدد مشكلة البحث تحديدا دقيقا .

3. **تحديد نوع الأستمارة (يدوية أم آلية) :** فهناك إستمارة تحليل معدة للتفريغ الآلي مثل إستمارات تحليل الشائعات على مستوى الدولة أو رصد الهتافات و الشعارات ، و هناك إستمارة تحليل معدة للتفريغ اليدوي و هى عادة كبيرة الحجم و تصلح في النطاق المحلي الصغير .

4. **إعداد إستمارة التحليل في صورتها الأولية :** و يمر إعدادها بعدة خطوات هى : إعداد رؤوس الموضوعات

التي سيضمها التحليل ، كتابة الفئات التي تندرج تحت كل موضوع و مراعاة الأعتبارات المنهجية و الصياغية في ذلك و منها :

- الشمول بمعنى أن تشمل الإستمارة على كل البيانات التي تحقق أهداف الدراسة و إستخلاص النتائج و عقد المقارنات بما في ذلك البيانات الكمية و الملاحظة التي يرصدها الباحث .
- الدقة بمعنى أن تكون الإستمارة بمثابة مرجع أساسي للمادة الأتصالية .
- الوضوح بمعنى أن تكون صياغتها واضحة بالنسبة للمعاونين الذين سيساعدون الباحث في جمع المعلومات حتى يتسنى لهم رصد البيانات و هنا تبدأ أهمية إعداد التعريف الإجرائي لكل جزئية داخل الإستمارة خاصة في مجال الشائعات و النكت و الهتافات و الشعارات .

5. **مراجعة الإستمارة منهجيا و علميا :** ينبغي عرض الأستمارة على عدد من الخبراء المنهجيين بهدف دراسة الشكل العام لتكوين الإستمارة ، و مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاءة الأقسام الفرعية للإستمارة و كفايتها في تحقيق أهداف الدراسة ، و مراجعة رؤوس الموضوعات و الأقسام الفرعية و مدى أتصالها بأهداف الدراسة و التأكد من وضوحها و شمولها و دقتها (يجب أن تجيب عن الأسئلة : ماذا قيل و كيف قيل) . كذلك يجب عرض الإستمارة على خبراء علميين بهدف مراجعة المادة العلمية و مدى أرتباطها بأهداف الدراسة التحليلية و كفايتها في الرد على تسؤلات و أكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات أو الفئات و إستمارة تحليل المحتوى و إستكمالها .

6. **الأختبار القبلي :** يجرى الأختبار القبلي للإستمارة على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية من الصحف و البرامج الإذاعية و التليفزيونية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثي ، و يفيد الأختبار القبلي في : التعرف على مدى وضوح الفئات ، و مدى قياس كل فئة للشئ المطلوب قياسه ، و التعرف على مشكلات العمل الميداني (كأنقطاع الكهرباء أو أحتمال تعطل أجهزة التسجيل أو صعوبة حجز إستوديو أو صعوبة إرسال الشائعات بالفاكس أو صعوبة تصوير الشعارات أو تسجيل الهتافات في المظاهرات) ، و التعرف على الزمن الذي يستغرقه العمل و مدى القدرة على الأستمرار فيه ، و إضافة فئات جديدة و إقفال بعض الفئات المفتوحة بعد حصر الأحتتمالات .

7. **إعداد الأستمارة في شكلها النهائي :** الآن يتم مراجعة الإستمارة و إدخال كافة التعديلات عليها مع مراعاة الشكل العام و حسن الإخراج و الترميز و الحصول على بعض الموافقات اللازمة مثل إعتقاد الإستمارة من الجهات الأعلى في السلم الإداري في حالة تحليل الشائعات أو الهتافات أو الشعارات ، و طبع عدد كافي من الإستمارات مع مراعاة تخصيص كمية لأختيار الثبات بين الباحث نفسه و بين الباحث و عدد من المساعدين بالإضافة على كمية أضافية لأحتتمال الخطأ في ترتيب صفحات الإستمارة عند التجميع .

★ **حسن أختيار العينة :** بمعنى أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي ، مثلا في حالة العمل الإذاعي الذي يسير بنظام الدورات الإذاعية يجب أختيار دورة أو أكثر حتى يمكننا المقارنة و سحب عينة من هذه الدورات بأي أسلوب من الأساليب الأحصائية السابقة عرضها .

★ **الدقة في تسجيل المادة :** المراد تحليلها أو رصد الشائعات و النكت ، و يتطلب ذلك منا :

1. **حسن اختيار المحللين و تدريبهم :** و تعد ندرة المحللين المدربين أحد المشاكل التي تواجه البحث في مجال الرأي العام ، و في مصر غالباً ما نلجأ إلى الهيئة العامة للإستعلامات و مركز النيل للإعلام و التعليم و وزارة الإعلام ، و يوجد في الوطن العربي مؤسسات موازية تقدم الدعم البشري المدرب مثل وزارة الإعلام العمانية و مركز البحرين للبحوث و الدراسات . و تظهر أهمية اختيار محللين أمناء كفاء في أن الخطأ في الرصد يترتب عليه خطأ التحليل و من ثم نتائج غير حقيقية للبحث .

2. **إجراء أختبارات الثبات :** بمعنى قياس مدى إستقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف و الفئات و الوحدات التحليلية و العينة الزمنية بحيث نحصل على نفس النتائج مهما أختلف القائمون بالتحليل أو وقت التحليل . بأختصار تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الأتساق بالنسبة

– معادلة هولستي Holsti :

$$\text{معامل الثبات عند هولستي} = \frac{2ت}{2ن + 1ن}$$

حيث ت = عدد الحالات التي يتفق فيها الرمزان .
 ن ١ = عدد الحالات التي رمزها المرمز رقم (١)
 ن ٢ = عدد الحالات التي رمزها المرمز رقم (٢)
 فإذا كان لدينا عشر حالات اتفق الرمزان في ثمانى حالات واختلفا في حالتين
 يكون الثبات $\frac{16}{20} = \frac{8}{10} = ٨٠\%$.
 أى أن الباحثين يتفقان معاً بنسبة ٨٠% .

للبعدين الآتيين : بعد الأتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل (ضرورة توصل كل تحليل إلى النتائج نفسها عند تطبيق نفس الإستمارة على المضمون نفسه) ، و بعد الأتساق الزمني (ضرورة توصل المحللين إلى نفس النتائج على المضمون ذاته في فترات مختلفة) . و يمكن حساب الثبات من خلال عدة معادلات أهمها معادلة هولستي (و تتسم بسهولة) ، أنظر الشكل المقابل .

و معادلة سكوت (و تتسم بمنهجيتها حيث تأخذ في الاعتبار عدة فئات) و المعروف أن عدد الفئات يؤثر في درجة الثبات إلى حد كبير فالأتفاق المتوقع في حالة فئتين فقط فرصته أكبر مما لو كان عدد الفئات ٤ أو ٥ فئات نظراً لأن فرصة الأتفاق بالمصادفة تقل كلما زاد عدد الفئات في المتغير حيث تصل فرصة الأتفاق بالمصادفة عند ذي الفئتين إلى ٥٠% و تنخفض عند ذي الثلاث فئات فرصة الأتفاق بالمصادفة إلى ٣٣,٣% بينما تصل عند ذي الخمس فئات إلى ٢٠% . كما في المثال التالي : قام مرمزين بتحليل عشر مقالات (أي عشر وحدات تحليل) ، و كل وحدة يتم تصنيفها في أحد الفئات الثلاثة التالية (١ مؤيد ، ٢ محايد ، ٣ معترض) كما الجدول على اليسار ، فإذا أتنفق المرمزان في ٨ حالات و اختلفا في حالتين هما المقالة رقم ٤ و ٦ حيث أعطياهما تصنيفين مختلفين يكون توزيع الفئات كالاتي :

المرمز	المرمز	المقالة رقم
(ب)	(أ)	(وحدة التحليل)
٢	١	١
١	٢	٢
٢	١	٣
٢	٣	٤*
١	٢	٥
٣	٢	٦*
٣	٣	٧
٣	٣	٨
٢	٢	٩
١	١	١٠

الفئات	التكرارات	%
فئة مؤيد	٧	٣٥
فئة محايد	٨	٤٠
فئة معارض	٥	٢٥
المجموع	٢٠	١٠٠%

و بحساب معامل الثبات سكوت = $\frac{\text{الاتفاق الناتج} \% - \text{الاتفاق المتوقع} \%}{1 - \text{الاتفاق المتوقع} \%}$

$$\text{معامل ثبات سكوت} = \frac{٨٠\% - ٣٤,٥\%}{1 - ٣٤,٥\%} = ٦٩,٥\%$$

★ **الدقة في تفريغ البيانات و جدولتها و تحليلها و تفسيرها :** ينبغي مراعاة الدقة في تفريغ بيانات الإستثمارات في كشوف التفريغ و وضع خطة للجدول المركبة و مراعاة المجالات الجغرافية و الزمنية أثناء التحليل و كذلك المقارنة بين نتائج الدراسة و ما سبقها من دراسات مع مراعاة أن يتضمن التقرير النهائي فصلا عن مشكلة البحث و منهجه و توصيف المادة المحللة ، و من الأهمية عند عرض نتائج التحليل التي تمت معالجتها إحصائيا إستخدام مقاييس الارتباط و الإنحدار بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية و تأثيرها على البيانات الإعلامية و خاصة إذا كانت هذه البيانات ذات دورات إعلامية موسمية ، فضلا عن ضرورة وضع ملاحق تتضمن الجداول التفصيلية و فريق البحث و قوائم المحكمين و صعوبات البحث و حدوده و ما يقدمه من توصيات ببحوث مستقبلية ، و يراعى في تفسير الشائعات و الشعارات و هتافات المتظاهرين الأبعاد الجغرافية و البشرية و الزمنية و الأمانة في رصد كل ما وصل غلى جهاز قياس الرأي العام من شائعات و نكت و شعارات و هتافات و ظواهر و تحليلها و عدم حذف شائعة أو نكتة أو ظاهرة لأي سبب من الأسباب .

الأستقصاء : عوامل نجاحه في إستطلاعات و بحوث الرأي العام

تعد الدراسات الميدانية هى أهم طرق قياس الرأي العام ، و يمكن إجراء الدراسة الميدانية بعدة أساليب منها : إستخدام صحيفة الإستقصاء بالمقابلة أو إستخدام صحيفة إستقصاء تسلم باليد للمبحوث أو ترسل إليه بالبريد (العادي أو الإلكتروني) . و يشترط أربعة عوامل أساسية لنجاح الدراسة الميدانية بصفة عامة أيا كان نوعها و هى :

أولا الدقة في تصميم الصحيفة : تتحقق الدقة بمراعاة القواعد المنهجية في مراحل إعداد الصحيفة و بعض الأعتبارات المهمة في صياغة أسئلة الصحيفة على النحو التالي :

■ **مراحل إعداد صحيفة الإستقصاء :** يمر تصميم الصحيفة بسبع مراحل هى :

1. **تحديد أهداف الدراسة الميدانية :** هناك قاعدة ينبغي الأنتباه لها و هى "الأ تتضمن صحيفة الإستقصاء بندا لا يكون لدى الباحث أو جهاز قياس الرأي العام فكرة واضحة عن إسهامه في تحقيق أهداف الإستطلاع" حيث يساعد تحديد الأهداف بوضوح و دقة في تحديد البيانات المطلوب جمعها (الخطوة التالية) ، و يضع ليندبرج قاعدة "لا تحاول أن تعد صحيفة قبل أن تلخص غرض الإستطلاع و تختار العينة المناسبة لتحقيقه" .
2. **تحديد البيانات المطلوب جمعها :** هنا يجب أعداد جداول خيالية و إدخال ارقام صورية فيها و تفيد هذه الجداول في : تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديدا دقيقا ، و تحديد طرق معالجة البيانات ، و مدى فائدة البيانات في تحقيق أهداف الدراسة و حذف الأسئلة التي لا تفيد في تحقيقها . و يمكن أثناء تحديد البيانات أن نرجع إلى التراث العلمي و الصحائف التي سبق إعدادها في بحوث مماثلة لمراجعة أسئلتها و تحسين ما قد يترأى تحسينه منها أو إعادة صياغته ليخدم أغراض الدراسة + جمع الآراء المتصلة بالموضوع في وسائل الإعلام من خلال الرجوع إلى ملفات الموضوع بأقسام المعلومات الصحفية و عبر شبكة الإنترنت + تحليل الأمثلة المثيرة للأستبصار + الرجوع إلى الخبراء و المتخصصين في مجال الإستطلاع + إجراء دراسة أستطلاعية إذا كان المدى الزمني للدراسة يسمح بذلك .
3. **تحديد نوع الصحيفة :** هناك نوعان من الصحائف هما : صحيفة يجيب عنها المبحوث بنفسه و هذه إما أن

ترسل بالبريد (العادي أو الإلكتروني) أو تسلم باليد ، و صحيفة يجيب عنها الباحث و هذه في حالة المقابلة .
و لكل منهما مزاياه و عيوبه .

يملاها الباحث نيابة عن المبحوث	يملاها المبحوث بنفسه	
<p>تساعد الباحث على تسجيل الإنفعالات و ردود الفعل غير اللفظية مما يعطي البيانات بعدا أعمق ، و تعتبر هذه أحد الوسائل المهمة للتحليل .</p> <p>هناك فرصة لشرح الغامض من الأسئلة و الكشف عن التناقضات في الإجابة مما يمكن الحكم على مدى صدق الإجابات .</p>	<p>المزايا</p> <ul style="list-style-type: none"> • توفر في الوقت و التكلفة و الجهد حيث يمكن الحصول على بيانات كثيرة من عدد كبير من الأفراد . • توفر ظروف التقنين أكثر من أي وسيلة أخرى مثل تقنين الألفاظ و ترتيب الأسئلة . • الحصول على البيانات التي يصعب الحصول عليها بالوسائل الأخرى ، خاصة الأسئلة التي تتطلب صراحة . • تعطي المبحوث وقت للإجابة 	
<p>تحتاج إلى وقت و جهد و تكلفة أكثر الطرق الأخرى .</p>	<p>عيوبها</p> <ul style="list-style-type: none"> • لا يمكن إستخدامها مع الأميين و الأطفال • يفقد الباحث الأتصال الشخصي بعينة الدراسة مما يحرمه من معرفة ردود فعل و إستجابة المبحوثين للأستبيان . • قد تحمل الصحيفة كثير من المصطلحات التي تحمل أكثر من معنى لمختلف فئات الرأي العام مما يقلل من قيمة الإستطلاع لعدم وجود فرصة لتوضيح ذلك للمبحوث . 	

4. إعداد الصحيفة في صورتها الأولية : و تمر بالخطوات التالية :

- إعداد رؤوس الموضوعات التي ستشملها الصحيفة بالأسترشاد بأهداف الدراسة .
- كتابة الأسئلة التي تدرج تحت كل موضوع من الموضوعات و مراعات الأعتبارات المنهجية و الصياغية في لغة الأسئلة كما سيرد فيما بعد .

5. مراجعة الصحيفة منهجيا و علميا : يجب عرض الصحيفة على خبراء منهجين و علميين و ممارسين لأن ذلك

يفيد في دراسة الشكل العام لتكوين الصحيفة ، و مراجعة الجداول الهيكلية ، و مدى كفاية الأسئلة في تحقيق أهداف الدراسة ، و ترتيب الأسئلة سيكولوجيا و منطقيا ، و وضوحها ، و مراجعة الإجابات المحددة كبداية لأختيار أنسبها و إستكمال المناقص منها . كما يفيد في مراجعة مضمون المادة العلمية و مدى أرتباطها بأهداف الدراسة أو الإستطلاع و مدى كفايتها في الإجابة عن تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصصين و الممارسين ، و أكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات الواردة في الصحيفة و إستكمالها .

6. الأختبار القبلي : يجرى الأختبار القبلي للصحيفة على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى

صلاحيتها للعمل البحث ، و يفيد ذلك في : التعرف على مدى وضوح الأسئلة و قياس السؤال للعنصر المطلوب

قياسه ، و التعرف على الأسئلة المرحجة للمبحوث و من ثم إعادة النظر فيها بالحذف أو إعادة الصياغة ، و التعرف على مشكلات العمل الميداني و معدل الإستجابة ، و التعرف على الزمن المستغرق في ملء الصحيفة الواحدة ، و إقفال بعض الأسئلة المفتوحة بعد حصر الاحتمالات المختلفة للإجابة . و جدير بالذكر أنه إذا تطلب الأمر إحداث تغييرات جوهرية في الصحيفة ينبغي أن نعيد الأختبار مرة ثانية قبل أن نستقر على الوضع النهائي للصحيفة .

7. **إعداد الصحيفة في صورتها النهائية :** تتم مراجعة صحيفة الإستقصاء مراجعة نهائية من حيث الشكل و الترميز و الحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعطاء هذه الموافقات مثل الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء في مصر حيث يتطلب الأمر أن يتم ختم الإستمارات بخاتم الجهاز . و يجب أن نشير إلى أنه يجب التمييز عند الترميز بين الأسئلة المغلقة التي تعرف احتمالات إجاباتها سلفا و الأسئلة المفتوحة التي غالبا ما ترمز بعد أنتهاء العمل الميداني . على أية حال ينبغي أعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة حيث أن تلك الرموز سوف تحمل رؤوس جداول التفرغ .

■ **صياغة الأسئلة :** هناك بعض الأعتبارات التي يجب مراعاتها عند صياغة الأسئلة :

1. **أنواع الأسئلة :** هناك ٣ أنواع من الأسئلة هي :

- **مغلقة :** و هي الأسئلة التي تقدم إجابات محددة كبدايل للأختيار منها مثل (نعم ، لا) ، أو (ضعيف ، معتدل ، قوي) ، أو (أوافق ، أوافق لحد ما ، لا أوافق ، لا رأي لي) ، و قد تسمح بأختيار أكثر من إجابة مثل السؤال عن البرامج التي تشاهدها في الفضائية المصرية الأولى (مسلسلات ، أفلام ، مسرحيات ، برامج صحية ، برامج تعليمية ، أغاني ، أخبار إلخ) . و تتميز الأسئلة المغلقة بإمكانية تفرغها و تحليلها بأقل جهد و تكلفة و الإجابة فيها أكيدة لأنها لن تخرج عن الإطار المرجعي المحدد لأحتمالات الإجابة ، و في الوقت نفسه يعيب هذا النوع من الأسئلة أنها تفرض توجيهها معينا على إجابات المبحوثين فلا تترك مجالاً لهم لأضافة المزيد .
- **مفتوحة :** تسمح بإجابة حرة للمبحوث كما يتراءى له ، و إذا كان الباحث هو الذي يسجل الإجابة فينبغي أن يسجلها حرفيا . و تتميز بأنها تسمح للمبحوث بحرية التعبير عن رأيه ، و تتناسب مع أستطلاعات الرأي العام التي تجرى لأول مرة حيث لا توجد معرفة بالإجابات المحتملة عن موضوع الإستطلاع خاصة إذا كان الموضوع معقدا و غير محدد الأبعاد . من جهة أخرى يعيب الأسئلة المفتوحة صعوبة تجهيز بياناتها و إستنزافها للوقت و المال و الجهد .
- **نصف مغلقة :** و هي أسئلة تعطي إجابات محددة مع ترك مساحة إضافية للمبحوث ليضع رأيه إذا لم تكن الخيارات المطروحة تتناسب معه .

2. **أنواع الأسئلة :**

يمكن تقسيم الأسئلة عموما من حيث المضمون : كما حددتها مؤسسة جالوب في ١٤ مجموعة هي :

- أسئلة تتعلق بالأشخاص المرشحين للمجالس النيابية أو قيادة العمال أو غيرهم .
- أسئلة تتعلق بالحقائق مثل العادات الشخصية و المعلومات التاريخية إلخ .

- أسئلة تتطلب تقييم نتائج السياسات العامة و الأعمال الحكومية و الإتجاهات و التطورات المختلفة .
- أسئلة تتعلق بالتشريعات المقترحة والوسائل المطروحة لعلاج المشكلات الإجتماعية والأقتصادية والسياسية.
- أسئلة تتطلب تقييم المؤسسات الإجتماعية كالأسرة و المدرسة و الصحافة و إتحادات العمال إلخ .
- أسئلة تتطلب التنبؤ بالأحداث و التطورات القائمة .
- أسئلة تتعلق بالأهمية النسبية للأشياء مثل التى تثار أثناء الحملات الإنتخابية و الأفضلية في الأهداف .
- أسئلة تتعلق بالأخلاق و القيم كالعدالة و الصواب و الخطأ .
- أسئلة معلومات .
- أسئلة تتعلق بما ينبغي عمله .
- أسئلة تتعلق بمعنى الافتراضات و النظريات .
- أسئلة تتعلق بمعنى الكلمات و دلالة الأشياء .
- أسئلة تتعلق بأسس الافتراضات و النظريات .
- أسئلة تتعلق بتقييم الحوادث و الإجراءات .

وتشير الدراسات العلمية إلى ٧ أنواع من القائمة السابقة يمكن أن تغطي إجابة الجمهور عنها دلالات و إشارات ذات قيمة ، لكنها لا تغطي إجابات كتلك التى يمكن الحصول عليها من مصادر متخصصة و هى أسئلة التعريف و المعلومات و التنبؤات و الافتراضات و اتخاذ القرارات و السياسات الجديدة و وسائل العلاج و الإجراءات و أسباب الأشياء .

و هناك أنواع من هذه الأسئلة لا تصلح في أستطلاع الرأي العام في الدول النامية لأنها لن تؤدي إلى نتيجة مباشرة ، مثل الأسئلة الخاصة بالمعلومات و المفاهيم و معانى الكلمات . أيضا بعضا لا يصلح لأنها تتطلب تقييم فني و علمي لا ينبغي توجيهه للرأي العام فهى أسئلة توجه للمتخصصين و ليس لعامة الناس

يمكن تقسيم أسئلة الأستطلاع من حيث المضمون :

- أسئلة حقائق : و المقصود هنا نوع المعلومات و ليس صدق الإجابة أو دقتها ، و تهدف إلى التأكد من حقائق معينة عن الأفراد مثل السن و النوع و منطقة الإقامة و الحالة الإجتماعية و مدى أمتلاك بعض الأجهزة و أنواعها إلخ .
- أسئلة الرأي : و تفيد في قياس الرأي العام مثل هل توافق على تعليم البنات (أوافق ، بشروط ... ، لا أوافق) ، و هذه الأسئلة تحتاج إلى تفكير و لا توجد فيها إجابة صحيحة أو نموذجية كما في النوع الأول ، و لا يمكن التأكد من صحتها بمحكات صدق خارجية كما في النوع الأول ، و الإجابة أكثر حساسية لأسلوب الصياغة و التركيز و التتابع فالسؤال الواحد الذي يوجه بأكثر من صيغة لا يأتي بنفس الرأي .
- أسئلة الدوافع : تستهدف التعرف على الأسباب و التوصل إلى ما هو أعمق من مجرد الوصف الظاهري للسلوك بالتعرف على دوافعه . و عادة تبدأ هذه الأسئلة ب لماذا أو ليه ؟ و تكون الدوافع غير واضحة في كثير من الحالات أو لا يرغب المبحوث في الإفصاح عنها مما يدفع إلى إستخدام الأسئلة غير المباشرة و من أسئلة الدوافع التى سبق لنا أستخدامها في إستطلاعات سابقة للرأي العام (ليه بتوافق على تعليم البنات ؟ التعليم بينورها ، لكي تعمل ، يضمن لها مستقبل أفضل ، أخرى تذكر)

- الأسئلة المعرفية : هناك قاعدة في الرأي العام هي أن من لا معلومات عنده لا رأي سديد له ، و تستهدف الأسئلة المعرفية قياس معلومات الباحثين عن موضوعات معينة و تأخذ الأسئلة المعرفية عدة صور منها : أسئلة مباشرة مثل (ممكن تقولي معلوماتك عن كذا) ، أسئلة غير مباشرة مثل (يتم عرض صور على الباحث و يطلب منه أن يقول من هذا) .

3. صياغة الأسئلة : ينبغي مراعاة الاعتبارات التالية :

- تحديد السؤال تحديدا دقيقا و مراعاة الإطار المرجعي للمبحث .
- مراعاة المستوى اللغوي للمبحث و صياغة الأسئلة من كلمات الأستعمال اليومي .
- الأكتفاء بفكرة واحدة في السؤال بحيث لا يجمع السؤال بين فكرتين حتى لا تشتت ذهن الباحث .
- تفادي إستخدام الكلمات و الجمل الغامضة التي يفهمها الناس بطرق مختلفة حتى لا تؤثر على الإجابة .
- تفادي الأسئلة التخمينية و الفرضية و المرحجة و الأسئلة الشخصية (يمكن تأجيلها لأخر الصحيفة) .
- مراعاة المنطق في ترتيب الأسئلة و تسلسلها و تتابعها الزمني و الموضوعي للأحداث التي تتضمنها الصحيفة .
- إضافة مجموعة أسئلة تأكيدية لقياس صدق المبحث .
- إضافة أسئلة تصفية تستهدف التعرف منذ البداية على قدرة الباحث على الإجابة عن أسئلة الأستطلاع و درجة إلمامه بها .
- أستخدام أسئلة غير مباشرة .
- إتاحة فرصة للمبحث في عدم ذكر رأيه تجنباً لدفعه على الكذب أو التحريف أو التخمين .

ثانيا حسن اختيار العينة : و قد سبق شرحها فيما سبق .

ثالثا الدقة في العمل الميداني : توجد مجموعة من العوامل تساعد على تحقيق الدقة في العمل الميداني هي

1. **حسن اختيار الباحثين الميدانيين و تدريبهم :** فندرة الباحثين الميدانيين الأمناء المدربين تعد من أكبر المشاكل التي تواجه البحوث الميدانية في مجال الرأي العام . فعمل الباحث الميداني يكتنفه خطورة كبيرة فخطأه ينعكس على كلا الأفراد الذي قابلهم مما يترتب عليه فشل الدراسة كلها . و يمكن حصر أهم المشكلات التي تواجه الدراسة الميدانية في حالة رداءة الباحث في الآتي : أن يعتمد الباحث التزوير الصريح في البيانات و المعلومات + الأيحاء المباشر للمبشرين لأقناعهم برأي معين + الأستبدال الغير مخطط لمفردات و أستبعاد بعض المفردات لعدم التمكن من جمع البيانات من العدد الكبير الذي يرغب في مقابله + التأخر في جمع البيانات و تسليمها إلى هيئة البحث و من ثم صعوبة التعرف الفوري على الرأي العام + شخصية الباحث و مدى قدرته على التعامل مع المستويات الأجتماعية و التعليمية المختلفة بأسلوب يتسم بالتواضع و الأحرار للمبشرين و عقليته و حسن الأستماع و الجدية و الأمانة في نقل الآراء و تسجيلها .
2. **الأتصال بالميدان و تهيئة الرأي العام :** ينبغي مد الباحث الميداني بموافقة الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء و الجهات الأخرى المماثلة ذات الصلة بالموافقة على إجراء إستطلاعات الرأي العام ، و ينبغي أن يحتفظ الباحث ببطاقة الجهة التي يعمل بها و بطاقته الشخصية و أرقام تليفونات الجهات التي تشرف على الدراسة .

3. **المراجعة الميدانية :** ينبغي مراجعة كل صحيفة عقب المقابلة و التأكد من وجود الإجابات عن كل الأسئلة المطلوبة و وضوح هذه الإجابات .

4. **المراجعة المكتبية :** يجب على الباحث أن يراجع كل صحيفة مرة أخرى فور عودته إلى مكتبه للتأكد من : تماثل وحدات القياس (مثل قسمة الدخل الموسمي أو السنوي إلى دخل شهري لتوحيد المعيار) + مراجعة أسئلة الصدق و التأكد من مدى تطابق الإجابة و إتسعاد الصحائف التي لا تحقق القدر المقبول علميا من معامل الصدق + ترقيم الصحائف بأرقام مسلسلة بحيث يكون الرقم هو المميز لكل حالة من حالات الدراسة الميدانية في مجال إستطلاعات و بحوث الرأي العام .

5. **أختبار الثبات و الصدق :** ينبغي تطبيق أختبار الثبات على عينة من المبحوثين قوامها ١٠٪ و يجب تطبيق هذا الأختبار خلال فترة تتراوح ما بين أسبوع إلى أسبوعين ، و بدقة متناهية ، و إستبعاد الصحائف التي لا تحقق قدر معقول من الأتساق بين التطبيقين الأول و الثاني ، و يجب تطبيق أختبار الصدق على أسئلة كل صحيفة من صحائف الدراسة الميدانية في مجال الرأي العام .

6. **الدقة في تفرغ البيانات و جدولتها و تحليلها و تفسيرها :** ينبغي مراعاة الدقة في تفرغ البيانات و جدولتها و وضع خطة التحليل الأحصائي المناسبة و مراعاة المجالات الجغرافية و البشرية و الزمنية للدراسة الميدانية أثناء عملية التحليل و مقارنتها بنتائج الإستطلاعات و البحوث السابقة و التفرقة بين مجتم الدراسة و عينة الدراسة و جملة من سئلا و جملة الإجابات إلخ . أيضا ينبغي أن يتضمن التقرير النهائي تحليل للمشكلة و أن يوضح التقرير أهمية المشكلة و الدراسات السابقة و التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى إجابة عنها و المنهج المستخدم و أدوات جمع البيانات و أسلوب جمع البيانات و الخطوات المنهجية التي أتبعها الباحث و مجالات الدراسة الجغرافية و البشرية و الزمنية و حدود الدراسة و ما تثيره من بحوث مستقبلية . و أخيرا يجب أن يتضمن التقرير الجداول العامة و التفصيلية و صحائف الدراسة و الموافقات الرسمية التي تم الحصول عليها لأجرائها و أسماء فريق الدراسة و دور الباحث في هذه المهمة . و ينتهي التقرير بملخص يتضمن مشكلة الدراسة و منهجها و حدودها و أهم النتائج التي توصلت إليها ، و ينبغي أن نشير هنا أن الأمانة العلمية تقتضي أن يذكر الباحث كل النتائج التي توصلت إليها الدراسة سواء تتفق مع وجهة نظره أم لا .