

اعتمدت الجمعية منذ انطلاقتها على الملاحظين المتطوعين الذين استجابوا للفكرة اما كيفية اداء الملاحظ لعمله فقد حددتها الجمعية على النحو الاتي: "انه الوصف الكامل والواضح بلغة بسيطة لكل ما يسمعه ويراه بالنسبة للمسألة التي يطلب منه جمع الآراء حولها".

ويلعب الملاحظ دورا أساسيا في نجاح عملية الملاحظة لان هذه العملية تعتمد اولا واخيرا على خبرة الملاحظ وامانته، وعلى قدرته على استخلاص المعاني المتوارية خلف الكلمات والآراء.

ان البيئة الملائمة لهذا النوع من قياس الرأي العام هي بيئة الدول النامية، نظرا للحذر الذي يبديه مواطنوا هذه الدول تجاه كل محاولة من قبل الهيئات الرسمية والخاصة لاستطلاع آرائهم خوفا من عواقب سياسية حقيقية أو موهومة قد يتعرضون لها، فهذه الطريقة هي انسب الطرق لاستطلاع الرأي العام في هذه البلدان.

### ب. وسيلة المقابلة:

تستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية والتسويق. وتتم المقابلة عادة بين الباحث وبين مجموعة من الناس المراد معرفة آرائهم حول موضوع معين في زمن معين. ان طريقة المقابلة وان بدت سهلة في ظاهرها الا ان هناك العديد من المشاكل التي تعترضها. لذا يجب على الباحث أو المكلف بالقيام بالمقابلة ان يقوم باكتساب ثقة الأفراد وتفهم حالتهم النفسية والاجتماعية والاقتصادية والوقوف على كافة ابعاد المشكلة المطروحة حتى يصبح بالامكان الحصول على الاجابة عن أي تساؤل بسهولة وبصدق.

ويجب بالتالي اعطاء الأفراد الوقت الكافي للتفكير والاجابة. وكما ذكرنا من ان طريقة القياس عن طريق المسح بالملاحظة والمقابلة اعم واشمل من طريقة الاستفتاء وتستخدم حين يتم قياس أكثر من مشكلة عامة، وأيضاً لقياس الرأي الكامن، والرأي الاخذ بالنضوج والتكامل والتبلور.

ويعتقد بعض الباحثين ان طريقة المسح هي انسب طرق قياس الرأي العام بين الشعوب النامية الفقيرة التي تزداد لدى أفرادها نسبة الشك في كل ما له طابع رسمي أو شبه رسمي وكذلك في الدول التي ما زالت اجهزة الإعلام فيها بعيدة نسبياً عن مجارة حركة التطور والتقدم التكنولوجي.

### ثالثاً: طريقة تحليل المضمون

تستخدم هذه الطريقة للتعرف على اتجاهات الرأي لعام العالمي، لكي تكيف الدول سياستها الداخلية والخارجية مع الاتجاهات العالمية الحديثة، سواء في مجال السياسة أو الاقتصاد أو الثقافة.

وبسبب استحالة استخدام طريقتي الاستفتاء والمسح في هذا المضمار فقد لجأ المهتمون بدراسات الرأي العام إلى طريقة تحليل المضمون من اجل معرفة اتجاهات الحكومات والشعوب في الدول الأخرى. وذلك عن طريق دراسة وتحليل الاتجاهات التي تتطوي عليها المواد التي تقدمها الصحف والاذاعة والتلفزيون والكتب والنشرات وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة.

ويعرف بيرسلون تحليل المضمون بأنه "وسيلة يستخدمها الباحث لوصف المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية وصفا كمياً وموضوعياً ومنهجياً" ويحدد حامد ربيع تحليل المضمون، باعتباره اداة من ادوات التحليل السياسي حيث يقول: "يجب ان يفهم تحليل المضمون أساساً على انه عملية عزل خصائص فكرية معينة والبحث عن مصادرها وتكرارها وملابساتها وعن علاقتها الارتباطية بغيرها من الحقائق التي تدور حول المسألة موضوع التحليل بحيث تعبر عن صفتي الاضطراد والانتظام".

يجب على الباحث أو (محلل المضمون) ان يقوم اثناء دراسته باعداد جداول تدرج فيها الدرجات التي تعطي للمقالات لتقدير النسب المئوية للاتجاهات بحيث تصبح على الشكل التالي:

- درجة لمضمون المادة الإعلامية.
  - درجة لانتشار المادة الإعلامية.
  - درجة لشدة تأثيرها ونفوذها.
  - درجة لمكان النشر ومستوى بروز المادة في الوسيلة الإعلامية.
- وتوصف طريقة تحليل المضمون بانها ترجمة للاتجاهات النظرية إلى ارقام لها دلالات احصائية. فاذا ما اردنا الكشف عن المفاهيم والاتجاهات التي تستقر في المجتمع فيمكن التوصل اليها عن طريق معرفة العبارات والالفاظ ذات الدلالة التي تتردد في وسائل الإعلام ويكون تواترها بالقدرالذي ينبئ عن نزعة معينة لدى فئة من المجتمع لها من التأثير والفعالية ما يجعل المحلل السياسي يحكم بان دلالة هذه العبارات والالفاظ تشير إلى تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي له أهمية مستقبلية.

واذا اردنا ان نضع خطة سياسية تجاه دولة معينة، فما علينا الا ان نطلع ونحلل بعض الجمل والعبارات والالفاظ، ذات الدلالات التي تتردد عادة في وسائل إعلامها حتى نتعرف على الاتجاهات السياسية والاجتماعية المستقرة في هذه الدول أو تلك.

وما الحرب النفسية باستخدام اجهزة الإعلام المختلفة وتوجيهها للدول الأخرى الا وسيلة واضحة الدلالة على خطورة استخدام طريقة تحليل المضمون في التأثير على الدول والشعوب الأخرى. وقد ساعد التقدم الهائل في اجهزة الاتصال الجماهيرية على تسهيل توصيل الأفكار والمعلومات بسرعة فائقة إلى جميع انحاء العالم. ومن الطبيعي ان يتنبه صانعو السياسة إلى هذه الظاهرة الخطيرة وإلى ان الاستخدام الذكي لاجهزة الاتصال الحديثة يمكن ان يكون اقصر السبل واقلها كلفة وأكثرها تأثيرا لتحقيق اهداف معينة، على المستوى المحلي أو الاقليمي أو العالمي.

ثالثاً: الخطوات المنهجية في قياس الرأي العام

شرح الباحث الخطوات العلمية لقياس الرأي العام بشكل ايجابي وجيد، ومع ذلك فان تصنيف الخطوات يمكن ان يسهم بتوضيح العمليات التي تتم بطريقة افضل.  
أ. تحديد موضوع الدراسة ومشكلتها واهدافها:

لقد سبق توضيح ان مشكلة الباحث تختلف من جهة إلى أخرى، فقد يجري حدث معين في المجتمع، فيسبب الرضا والارتياح بين المواطنين، وتشير مقاييس الرأي العام عن رضا الناس وقبولهم بالحدث، غير ان تيارات او احزاب سياسية واجتماعية تجد في ذلك ما يحول دون تطبيق برامجها الاجتماعية والثقافية، هذا يعني انها وقت في مشكلة ما، في الوقت الذي تجد فيه تيارات أخرى، او احزاب سياسية أخرى في ذلك ما يقربها أكثر من الرأي العام، ويجعلها قادرة على استثماره بدرجة افضل، في هذه الحالة تصبح دراسة الرأي العام مختلفة الاهداف بالنسبة إلى المجموعتين، ففي حين تهدف الاولى من قياس الرأي العام إلى وضع برامج جديدة تمكنها من اعادة الارتباط مع الاي العام السائد، بينما تهدف التيارات الأخرى إلى دراسة الرأي العام بهدف توظيفه واستثماره إعلامياً لصالح برامجها... في ضوء ذلك ارى ان تحديد موضوع الدراسة ومشكلتها واهدافها يعد حجر الأساس في دراسات الرأي العام وقياسه.

ب. تحديد الفرضيات الأساسية للدراسة:

وهي مهمة جدا بالنسبة إلى الجهات المعنية بالدراسة، فقد يختلف الرأي العام نحو هذه القضية أو تلك مع اختلاف الجنس (ذكور واث)، أو مع اختلاف العمر (فئات الشباب أو المسنين)، أو مع اختلاف مكان الإقامة (ريف- حضر) وغيرها من الاختلافات... وقد تأتي مواقف الحركات السياسية أو الاحزاب متطابقة مع رأي الشباب دون المسنين مثلا، أو مع الذكور دون الاناث، أو مع ابناء المدن دون الريف، وقد يكون العكس، غير انه في الحالات المختلفة من شان هذه المعلومات أو النتائج ان تساعد الجهة المعنية في اعداد برامجها الاجتماعية والثقافية، فتستعين بالشرائح القريبة منها لترويج أفكارها وسياساتها بين الشرائح الأخرى التي لا تتوافق معها، ولهذا فان تحديد فرضيات البحث، يعد خطوة هامة وضرورية لفهم اتجاهات الرأي العام، ومواطن قوته وضعفه.

ت. الخطوات الاجرائية:

ويراد منها توضيح الإجراءات العملية التي من شأنها ان توافق بين موضوع الدراسة ومشكلتها واهدافها من جهة، والطرائق التي يراد استخدامها في البحث، وماهي الخطوات التي ينبغي اعتمادها، مع الإشارة إلى انه لا يوجد قواعد صارمة يجب استخدامها في الحالات المختلفة، فتنوع الإجراءات العملية مع اختلاف الزمان والمكان، ومع اختلاف المواضيع المعالجة، فالخطوات المعتمدة في طريقة تحليل المضمون تختلف عن الخطوات المتبعة في طريقة المسح، أو في طريقة المشاركة الحياتية، كما ان الباحث قد يستخدم أكثر من طريقة أحيانا وأكثر من اداة أيضاً، كما ان الأمر يختلف بحسب مستويات البحث والجهات الممولة له، ودرجة شموله للمجتمع الاصلي.

### ث. تحليل البيانات:

يعد تحليل البيانات وتقديمها في جداول احصائية تبين اوجه التقرب والتباعد في اتجاهات الرأي العام بين الشرائح الاجتماعية المكونة للمجتمع الاصلي خطوة أساسية تمكن الباحث من التحقق من الفرضيات التي بدا بها بحثه، فالتأكد من الرأي العام لشريحة الشباب يؤيد هذه السياسة او تلك، وان هذه الشريحة اقرب إلى هذا التيار او ذلك على خلاف شريحة المسنين، يحتاج إلى تحليل البيانات المستخلصة وبيان اوجه ارتباطها ببعضها، ويجد الباحث نفسه في كثير من الأحيان بحاجة إلى اعداد جداول تحليلية تبين اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضية او تلك مع اختلاف الجنس، او العمر، او مكان الإقامة، او طبيعة المهنة، تبعا للفرضيات الأساسية التي اعتمدها الباحث مع بداية بحثه.

### ج. كتابة التقرير النهائي:

الذي يتضمن شرحا مفصلا بمجمل ما انجزه الباحث، من حيث مقدمات الباحث، ومشكلة الدراسة واهدافها، والطرائق المستخدمة فيها والإجراءات العملية المعتمدة، مع شرح تفصيلي للنتائج التي توصل اليها، وغالبا ما يتم بيان الجداول الأساسية، مقرونة بالرسوم البيانية والمخططات التي تسهم في اظهار النتائج وتكشف عن الفروق فيها، على ان يتضمن التقرير النهائي جملة من الأمور الأساسية اهمها: الاطر المنهجية للبحث، والنتائج التفصيلية، ثم خلاصة النتائج، ومقارنتها مع نتائج ابحاث أخرى سبق ان اجراها الباحث حول الموضوع نفسه، او دراسات لباحثين اخرين حول الموضوع نفسه أيضاً، ولا بد من الإشارة أيضاً إلى ضرورة تضمين التقرير النهائي الاقتراحات العملية للبحث في ضوء الفرضيات الأساسية التي اعتمدها الباحث، وفي ضوء الاهداف الأساسية التي حددها بداية لمشكلة بحثه.

ت. اختبارات فروق المتوسطات:

وغالبا ما يتم اللجوء اليه عندما تاتي النتائج على شكل تدرجي، كان يقال بان شدة الرأي العام تراوح بين (0) و (100%) مثلا، فتدل قيمة الصفر على الرفض المطلق، وقيمة (100) على التأييد المطلق، وبعد المقارنة بين مجموعتين قد تبين ان واحدة منهما تزيد على الأخرى بقدر ما، كان تكون شدة التأييد بالنسبة إلى المجموعة الاولى (40%) وشدة التأييد في المجموعة الثانية (60%)، في هذه الحالة يتم إجراء اختبار الفروق بين المتوسطات لتقرير ما اذا كانت هذه الفروق كبيرة وحقيقية، ام انها وهمية وغير حقيقية.

وسائل الإعلام:

اصبحت وسائل الإعلام من ضرورات الحياة، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مؤسسات، ومقومات، ومكونات، البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم مالمدي كل مؤسسة اجتماعية للأخرى. اذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية والخطورة في تكوين الرأي العام وتشكيله، وفي تعبئة الجماعات، وحشدنا حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، او غير متجانسة ديموجرافيا.

وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة لوسائل الإعلام، من قدرة هذه الوسائل في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة، وتمنح وسائل الإعلام النخب السياسية في المجتمع امكانات هائلة، لاثارة المصلحة، والتأثير في اتجاهات المواطنين.

وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال وسائل الإعلام الجديدة، في خلق امكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالاحداث السياسية وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ وسائل الاتصال موقفا فريدا في هذه العملية، فهي تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الإعلام تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

يقول بعض الخبراء: تؤثر وسائل الإعلام على السياسة من وجهتين مرتبطتين ببعضهما اشد الارتباط، تركز الواجهة الاولى على تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، الذي يؤثر بدوره على صانعي القرار، اما الواجهة الثانية فتتركز على تأثير وسائل الإعلام المباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار الصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم.

وتختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، اذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المفروضة والمسموعة والمرئية، فكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الإعلام يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام.

ان هناك اتجاهين مختلفين في دراسة وسائل الإعلام: الاتجاه الاول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي **Aggregate Level Changes**، والتغيرات التي تحدث في محتوى وسائل الإعلام، وبالتالي فانه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة، فانه من الممكن قياس تأثير كل هذه الاتجاهات على الرأي العام.

اما الاتجاه الثاني على المستوى الفردي، فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما: التعرض لرسائل الإعلام التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي)، وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول). وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الأفراد.

ومن جهة نظر جون زيلر - وهو احد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام - ان للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة، دورا في تشكيل الرأي العام، اضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلامية، واعتبرها زيلر عاملا مهما في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام.



ويشير مصطلح المعلومات الذي استخدمه زيلر، إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الإعلام وتشمل: التقارير الاخبارية والتعليقات واحاديث الصفاة عن التوجهات الايدلوجية والحزبية للرسالة الاقناعية.

وهناك عدة متغيرات يتم من خلالها فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلامية التي تقدم من خلالها الرسالة على اسلوب معالجة المعلومات وتشكيل الاتجاهات، ومن هذه المتغيرات، ما يتعلق بالرسالة مثل: الرسالة للفهم Comprehensibility وحيوية الرسالة Vividness وقوة البراهين بالاضافة إلى متغيرات متعلقة بخصائص القائم بالاتصال.

ويقصد بمتغير الحيوية المعلومات الحيوية التي تجذب وتحافظ على انتباه الأفراد لكونها معلومات ملموسة ومثيرة للخيال وقريبة زمنيا ومكانيا وحسيا، وبناء على ذلك فان المعلومات المقدمة من خلال التلفزيون والاذاعة أكثر حيوية من تلك المقدمة من خلال الصحافة.

وبما ان من المفترض ان المعلومات الأكثر حيوية هي الأكثر تأثيرا في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فان تأثير كل من التلفزيون والاذاعة اكبر من تأثير الصحيفة المطبوعة .

### وسائل الإعلام الجماهيرية وعلاقتها بالرأي العام:

- لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الاقناع تخلف عن الأخرى، باختلاف المهمة الاقناعية والجمهور.
- الاتصال المواجهي أكثر قدرة على الاقناع من الراديو.
- الراديو أكثر اقناع من المطبوع.
- د. جيهان قدمت في كتابها (الموسوعي) الاسس العلمية لنظريات الإعلام خاصة البحوث في هذا الصدد منها:
  1. كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الاقناع.
  2. ان تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية افضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.

3. اذا تساوت جميع الظروف في المعمل مثلا- يكون الاتصال الشخصي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو والراديو أكثر من المطبوع.
4. الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الإعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتوجيه والتنقيف وفقا لامكانيات وسيلة ورغبة كل متلق.
5. ان مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية اكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة.

اهم ثلاث وسائل للإعلام الجماهيري:

1. الإذاعة والرأي العام:

- تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.
- تحفز الناس على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والاسهام فيها.
- التخفيف من حدة العصبية الإقليمية والإقلال من شأنها.
- متابعة تنقيف الجماهير واشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.
- دحض الشائعات الضارة في الحال.
- القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التي تحزم التطور وتعرية القيم التي تعوقه، وتطوير انماط السلوك الاجتماعي بما يتناسب مع ظروف الحياة.

## 2. التلفزيون والرأي العام:

- له فائدة كبيرة في رفع المستوى الثقافي والارشاد.
- يوثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية.
- هناك ستة مستجدات خاصة على الرأي العام تصاحب التلفزيون في عصر البث الفضائي.

أ. انتشار اجهزة استقبال القنوات الفضائية ما يقارب 8000 قناة مفتوحة ومشفرة، والقنوات الفضائية العربية لم تنقل الفرد من نطاق ضيق إلى نطاق اوسع وحرية أكثر وذلك للأسباب التالية:

- سياسي.

- تجاري.

- مزيج من السياسة والتجارة.

ب. ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة نتاجا لما ابتكرته تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتمشيا مع روح العصر واتخذت احد الشكلين:

- قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه (جمهور عام غير محدد).
- قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه.

ج. مارس الاعلان الدولي دورا بارزا في انتشار المحطات الفضائية، وهذا من اهم الاسباب التي ادت إلى ارتفاع المواد الترفيهية وطغيانها على خريطة برامج معظم القنوات المتخصصة، وهناك خطورة من الاعلانات التي تقدمها هذا القنوات من حيث انها قد تكون غير مناسبة لقيم المتلقي.

د. اظهرت الدراسات الميدانية تخلي ثلث العينة العربية بل نصفها في بعض الحالات عن الخطاب الإعلامي العربي وذلك بسبب:

- رتابة بنية النشرات الاخبارية التي غالبا ما تقتصر على الانشطة الرسمية مع تهميش المضاد او الصمت عما طرحه الواقع اليومي من قضايا حياته.
- لجا البعض لمشاهدة القنوات الاجنبية لرغبته في تنويع المصادر الإعلامية او الاطلاع عن المسكوت عنه.

هـ. اظهرت دراسة قام بها (اتحاد اذاعات الدول العربية): ان هناك شئ من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبحث الاجتماعي، لان البحث الاجتماعي يتميز بكونه:

- جذاب.
- مزود بالمعلومات.
- واضح ومؤثر.
- و. اقبال الاطفال المتزايد على القنوات الفضائية الاجنبية والعربية.
- يرى د. محمد طلال: ان الخطر يكمن في فعاليات القنوات الفضائية الاجنبية.

### 3. الصحافة والرأي العام:

الصحافة تحتل المقام الاول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير في الرأي العام، وذلك للأسباب التالية:

- تهتم بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بأسهاب.
- عرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الانباء.
- يميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تستعملها وهي:
- أ. الصحافة المتخصصة:

- وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة.
- يطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتقنون ثقافة عالية.

### ب. الصحافة المتميزة:

- وهي الصحافة الاخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل معالجتها للموضوعات المختلفة.
- وتشتمل على اهم الانباء، وعلى تقديم خلفيات اضافية لها.
- تعرض وجهات النظر المختلفة.
- تقوم بالتحقيقات والمتابعات.