

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



مطبوعة خاصة بمادة

تقييم الرأي العام

محاضرات قدمت لطلبة
ماستر 1 اتصال وعلاقات عامة

أستاذة المقياس: د/رحموني ابني



▪ مقدمة

▪ المحور الأول: مدخل إلى الرأي العام

- المحاضرة الأولى: مفهوم الرأي العام، نشأته وتطوره.
- المحاضرة الثانية: خصائص الرأي العام وأنواعه.
- المحاضرة الثالثة: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.

▪ المحور الثاني: قياس الرأي العام

- المحاضرة الرابعة: قياس الرأي العام، نشأته وتطوره
- المحاضرة الخامسة: أهمية قياس الرأي العام وأنواعه
- المحاضرة السادسة: مشكلات استطلاعات الرأي العام وأخلاقياته

▪ المحور الثالث: أدوات قياس الرأي العام

- المحاضرة السابعة: الملاحظة واستخداماتها في بحوث الرأي العام
- المحاضرة الثامنة: المقابلات واستخداماتها في بحوث الرأي العام
- المحاضرة التاسعة: الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام
- المحاضرة العاشرة: تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام

▪ المحور الرابع: العينات وطرق اختيارها في بحوث الرأي العام

- المحاضرة الحادية عشر: البحوث الشاملة وبعوث العينات
- المحاضرة الثانية عشر: أنواع العينات في بحوث الرأي العام (العينات غير الاحتمالية)

- المحاضرة الثالثة عشر: أنواع العينات في بحوث الرأي العام (العينات الاحتمالية)

▪ الخاتمة

تمثل ظاهرة الرأي العام أحد مظاهر التقدم الحضاري، ومظهرا من مظاهر الأنظمة الديمقراطية في العالم، وقد تطورت هذه الظاهرة بطريقة تدريجية، حتى وصلت إلى ما هي عليه في العصر الحالي، حيث تزايدت أهميته وفعاليته في صناعة السياسات وتغييرها أو تعديله، ولا يمكن بأي حال من الأحوال اليوم، تجاهل أهمية الرأي العام على اختلاف أوعاه، وقدرته على إحداث التغييرات المطلوبة وفي أوقات وبطرق قد لا يتوقعها القائلون على أنظمة الحكم.

وقد ساهمت في تطور ظاهرة الرأي العام العديد من العوامل، لعل أهمها على الإطلاق الثورة التكنولوجية، والتحولت الرقمية الهامة في مجال وسائل التواصل، والتي مكنت من سرعة انتقال المعلومات، وتدفعها، وإيصالها إلى عدد كبير من المتلقين في نفس الوقت، بالإضافة إلى انتشار الميديا الجديدة التي باتت تنبئ بميلاد تجمعات بديلة عن التجمعات الواقعية، وهي التجمعات التي استطاعت في السنوات الأخيرة أن تثبت قدرتها على الانتفاضة وتكوين رأي عام يمكنه أن يعبر عن نفسه بصراحة وفي مواجهة كل القوى التي تعترضه.

وبالموازاة مع تطور ظاهرة الرأي العام، ساهم العديد من الباحثين والمفكرين عبر العالم في تطوير الأدوات والأساليب التي يمكن من خلالها قياس ظاهرة الرأي العام، والوصول إلى أرقام ودلالات فيما يخصها، لاسيما فيما يتعلق بالقضايا التي تمس الشأن السياسي، فقياس الرأي العام هو وسيلة ومنهجية يتبعها المختصون من أجل التنبؤ بالسلوك الجماهيري والتحكم فيه، وتحديد معتقدات الفرد واتجاهاته في مجالات عديدة، كما يمكن لهذه القياسات أن تقدم لصانعي القرارات معلومات مفيدة على مختلف المستويات وفي شتى المجالات.

على أساس ما تقدم ذكره يأتي مقياس الرأي العام، وهو مقياس موجه لطلبة الماستر (سنة أولى) في تخصص الاتصال والعلاقات العامة لتحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إيجازها فيما يلي:

- إمداد الطالب بالقدر الكافي من المعلومات الخاصة بظاهرة الرأي العام، مفهومها وخصائصها وعوامل تكوينها، وأنواعها، بالإضافة إلى لمحة تاريخية عن ظهورها وتطورها.
 - تعريف الطالب بعملية قياس الرأي العام، باعتبارها عملية تستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات التي يكونها أفراد الجماعة نحو قضايا معينة، والتعرف على التطور التاريخي لظهور بحوث الرأي العام وأنواعها، وأهم مشكلاته، والأخلاقيات التي تحكم هذه العملية.
 - تعريف الطالب وتدريبه على تصميم وتنفيذ أدوات قياس الرأي العام وهي: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، وتحليل المضمون.
 - تدريب الطالب على اختيار العينات المناسبة التي يمكن استخدامها حيال أي عملية لقياس رأي العام، وفي النهاية كون الطالب قادرا على الاختيار الأمثل من بين العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية بالطريقة الأدق والأصح.
- وقد تم تقسيم مضمون المادة على ثلاثة عشر محاضرة عبر أربعة محاور، المحور الأول كان عبارة عن مدخل لدراسة ظاهرة الرأي العام، والمحور الثاني خصص لقياس ظاهرة الرأي العام، كعملية منهجية، أما الثالث فقد خصص لأهم الأدوات التي يمكن استخدامها في قياس الرأي العام، أما المحور الرابع والأخير فقد خصص للعينات وطرق استخدامها في بحوث الرأي العام.

المحور الأول : مدخل

إلى الرأي العام

المحاضرة الأولى: مفهوم الرأي العام، نشأته وتطوره

تتضمن هذه المحاضرة الحديث عن الرأي العام والتعريف به وذكر أهم التعريفات التي سبقت له وأسباب تعددها واختلافها، كما تتضمن التطرق إلى نشأة ظاهرة الرأي العام وتحديد تطوراتها عبر التاريخ.

1 - تعريف الرأي العام:

يتردد استخدام مصطلح الرأي العام كثيرا في المجالات السياسية والإعلامية وفي المناقشات والمؤتمرات العالمية والمحلية، وهو جوهر الاتصال الجماهيري، وحديث المهتمين به نظرا لما يتمتع به من قوة وتأثير في حياتنا اليومية، إذ يحتكم السلوك البشري بمختلف الآراء والأفكار والتوجهات التي يبنينا على الرأي العام السائد، نظرا لارتباطه في كثير من الأحيان بالعادات والتقاليد و الأعراف التي يبنى عليها المجتمع.

ولعل هذه الأهمية التي يكتسبها الرأي العام في الحياة اليومية للفرد والجماعة قد زادت من اهتمام الباحثين والمفكرين بهذه المسألة، وهو ما جعل الوقوف على تحديد مفهوم الرأي العام أمرا صعبا نظرا للاختلافات الواضحة في بسطها وتعدد التخصصات والمجالات التي اهتمت بهذه الظاهرة، على غرار علم الاجتماع والسياسة والإعلام وعلم النفس الاجتماعي وغيرها، وهو ما تؤيده الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية عام 1968، إذ تقول بأنه لا يوجد تعريف عام، رغم أن استخدام المصطلح يزداد يوما بعد يوم، ويقول أونكسن في نهاية القرن التاسع عشرة أنه وبالرغم من عدم وجود تعريف شامل للرأي العام إلا أن كل إنسان بإمكانه أن يفهم المقصود منه إذا سئل عنه، كما يشير الباحث الاجتماعي فردينانتس إلى وجود آراء عامة متعددة بذلا من رأي عام واحد¹.

ويشير أ. د/ محمد منير حجاب إلى أن صعوبة الوقوف على تعريف واضح ودقيق للرأي العام تكمن

فيما يلي²:

▪ أن الرأي العام من الصعب وصفه ومن المستحيل رؤيته ومن غير الميسور قياسه.

- اختلاف النظرة للرأي العام تبعاً لاختلاف تخصصات الباحثين، فالمختصين في علم السياسة على سبيل المثال يميلون عند دراستهم لظاهرة الرأي العام إلى التركيز على الدور الذي تعكسه آثاره على إدارة الدولة وتخطيط سياساتها، أما علماء الاجتماع فيميلون إلى النظر إلى الرأي العام على أنه نتاج للتفاعل الاجتماعي والاتصالي، بينما يرى علماء النفس أن الرأي العام يندرج في إطار الاتجاهات.
- اختلاف اهتمامات الباحثين وتقديرهم لقيمة الرأي العام ورؤيتهم لحركته، فالبعض يروونه اتجاهًا، والبعض الآخر يروونه حكماً أو سلوكاً، وهناك من يرى فيه مجرد تجميع للآراء الفردية.
- الخلط بينه وبين رأي النخبة أو الصفوة.
- التركيز على بعض الجوانب في الرأي العام دون أخرى (الطريقة التي تتكون بها الآراء، نوعية الآراء، قوة الآراء...)

2 - الرأي العام لغة:

تشير كلمة الرأي إلى حكم أو وجهة نظر الفرد أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة أو الملاحظة والخبرة والموروث الثقافي للفرد والجماعة، وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر علني أو مستتر، وبطرق مختلفة ووسائل متعددة، في الكلمة أو الحركة أو النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالصمت والسكوت³.

أما كلمة عام فتشير إلى الجماعة، أي أن الرأي العام يهتم بتوجهات الجماعة لا بآراء الفرد، وقد عرفه **نعمة العبادي** بناءً على ذلك بأنه رأي الجماعة التي تربطها رابطة الاعتماد المتبادل حول قضية جدلية تخص مصلحة وربما مصير تلك الجماعة⁴.

3 - الرأي العام اصطلاحاً:

هناك العديد من التعريفات التي وضعت للرأي العام، يمكن ذكر أهمها على النحو التالي:

- يعرف **فلويد البورت** الرأي العام بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس، عما يروونه في مسألة ما، إما من تلقاء أنفسهم أو بناءً على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة معينة أو شخص معين أو

اقتراح ذي أهمية جماهيرية، بحيث تكون نسبتهم في العدد مع الكثرة والاستمرار كافية للتأثير على أفعالهم، بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأي⁵.

ويذهب **جيمس يانج** إلى تعريف الرأي العام على أنه الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها العقل والمنطق، وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة.

أما **ويليان ألبيج** فيذهب في كتابه "الرأي العام" إلى تعريف الرأي العام من خلال عدة أسس⁶:

- الرأي العام هو الرأي الناتج عن عملية تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما.

- الرأي العام هو تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التي تدور فيما بينهم.

- الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة معينة وتعبّر عن رأي الأغلبية، أي أن الرأي العام يأتي نتيجة عملية النقاش بين الأفراد والجماعات الصغيرة .

أما **قاموس ويبستر** فيعرف الرأي العام على أنه الرأي المشترك خصوصا عندما يظهر على أنه رأي العامة من الناس، في حين يعرفه الدكتور **مختار التوهامي** على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة زمنية معينة ، حول قضية - أو أكثر - يحتدم حولها النقاش والجدل وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساسا مباشرا⁷.

إن الرأي العام هو عبارة عن أفكار وتصورات الجماهير الشعبية من خلال نسق المشاعر والمعتقدات وأيضا هو حكم هذه الجماهير بالنسبة لحدث أو فعل، وهو عبارة عن تعبير إرادي وجماعي تصدره الشعوب، فمما لاشك فيه أن هذا الدور لا يتوافر إلا في المجتمعات النابضة، من خلال فئات المتقنين والمستنيرين من أفرادها، لأنه يعتمد بالدرجة الأولى على البعد الثقافي في شخصياتهم، وتخصصاتهم، كما يعتمد على إرادتهم

واتجاهاتهم ومواقفهم الاجتماعية وبالتالي قدراتهم على المشاركة في الحياة العامة، وكما يقول ليستر ماركل

فإن " الرأي العام مصباح بدونه لا نستطيع أن نلتمس طريقنا في عال يكتنفه الضباب"

إن الرأي العام ليس عملية استاتيكية بمعنى انه مجموع آراء متفقه على قضية معينة وينتج بإضافة هذه الآراء

بعضها إلى بعض ولكنه يتضح نتيجة تفاعل مقوماته مع عناصر البيئة التي تعيش فيها الجماعة، وإسهامهم

في تكوين هذا الرأي، إلا أنه قد يكون لكل منهم على حدة رأي ووجهة نظر أخرى ، وان كانت تصطبغ

وتتلون بخصائص الرأي العام المتكون داخل الجماعة⁸.

من كل ما يبق مكن أن نخلص إلى تعريف حديث وشامل للرأي العام وهو: أن الرأي العام في مجتمع ما

هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو اجتماع آراء أو الاتفاق

الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه قضية أو موضوع أو ظاهرة من الظواهر الجدلية،

اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياسية أو تربوية أو فنية، كما تكون ذات طابع محلي أو وطني أو

إقليمي أو دولي، وقد تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل، ويكون لهذا

الإجماع قوة تأثير في الموضوع أو القضية المعنية⁹.

4: نشأة وتطور ظاهرة الرأي العام:

إن الدارسين لظاهرة الرأي العام سيجدون فرقا واضحا بين دراسة الرأي العام باعتباره مفهوما له قواعده

وخصائصه وأسس وأساليبه، وبين دراسة الرأي العام باعتباره ظاهرة عرفت الشعوب والمجتمعات البشرية

على مر العصور والأزمنة، فإن كان مصطلح الرأي العام قد استخدم لأول مرة في القرن الثامن عشرة إبان

الثورة الفرنسية¹⁰، فإن الحضارات القديمة لم تكن خالية من المفاهيم المتصلة بظاهرة الرأي العام، فالبدايات

الأولى لظهور المناقشات حول الرأي العام كانت قد انطلقت في القرن الرابع عشر قبل الميلاد في زمن

الفيلسوف سقراط وتلميذه أفلاطون الذي ذم السياسة والديمقراطية ، واصفاً رأي الناس بأنه مجرد حشد

ضئيل¹¹ ، مشككا في قدرة الجماهير وكفاءة رأيها، وعلى العكس من ذلك فقد حاول أرسطو وغيره ممن اهتم

بدراسة الرأي العام من بعده بتحديد المجالات التي يكون للرأي العام فيها فعالية وكفاءة، وقد أدى اتساع الإمبراطورية الرومانية آنذاك إلى ظهور ناقلي الأخبار المحترفين وإلى ظهور المنشورات التي كان أطلق عليها Acta Diurna، ونشطت عملية الاتصال والرأي العام كظاهرة تصاحب التجمع الإنساني المنظم¹²، وقد برزت في تلك الفترة تعابير كثيرة تحيل إلى الرأي العام على غرار صوت الشعب من صوت الله، الاتفاق العام...، وهو ما دفع بالكتاب للإشارة إلى هذه الظاهرة في كتاباتهم **كمكيافيلي** الذي يقول في كتابه أن الأمير أن هدف الأمير هو الحفاظ على سمعته فثروته تأتي من محبة شعوبه له.

أما في العصور الوسطى فيرى كثير من الباحثين أن الرأي العام فيهما كان سلبيا ولعل ذلك يرجع إلى السيطرة المطلقة للحكام والمعتقدات الدينية، ومع ذلك عرف العالم المسيحي عبارة الاتفاق العام، Consensus وهي مبنية على مفهوم الشعور الجمعي التي كان يستخدمها أنصار البابا ضد خصومهم - أنصار الإمبراطور - للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي العام في المناطق المتلفة المتنازع عليها.

غير أن ظهور الطباعة وتطورها على يد الألماني جوتنبرغ (1400-1468)، أعطى دفعا جديدا للرأي العام وتطوره، فقد أسهم اختراع الطباعة في عمليات التقدم العلمي وبعث التراث وانتشار الأفكار الجديدة للنهضة الأوروبية، وما تبعها من فكر متحرر، كما أنه أسهم في تعميق الثقافة القومية، وبلورة اللغة الأدبية الموحدة لجميع الشعوب بالتتابع، وسرعان ما تحول الاختراع الجديد إلى حافز معنوي كبير بل مادي للإقبال على التأليف وغدت السوق مكانا لعرض الكتب للجميع بدل المكتبات الخاصة، كما غدت المعرفة ملكا للجميع لا حكرًا على النخبة، وهو ما أدى إلى فتح أبواب المعرفة أمام العلماني ورجل الدين والفلاح والأمير على حد سواء¹³.

وقد كان جون جاك روسو أول فيلسوف مصطلح الإرادة العامة في كتابه العقد الاجتماعي وهو مصطلح شبيه بالرأي العام، رغم انه لم يبين على وجه التحديد العلاقة بين الرأي العام والإرادة العامة، أو العلاقة بين الرأي العام والقانون.

وقد شجعت الثورة الفرنسية من جانبها المناقشات الدائرة حول مصطلح الرأي العام في كل من إنجلترا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ففي خضم هذه الثورة ذاتها ظهر مصطلح الرأي العام بمفهومه الحديث، في أوساط الفلاسفة ورجال السياسة والأدب، وخاصة بين أتباع وزير مالية لويس السادس عشر "جاك نيكير" للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في بورصة باريس عندما كانت الدولة تتجه للجماهير من اجل الحصول على قروض وطنية، وقد كان نيكير أول من ناقش بالتفصيل مكانة الرأي العام في إدارة وسياسة الدولة، ، فيما لعبت الصالونات في فرنسا دورا أساسيا في ذلك الوقت بالنسبة لتكوين رأي عام له أهميته، وتمثل ذلك في نظر نيكير في الطبقة البورجوازية، لأنها كانت تشكل القوة وراء قوانين المدينة، رغم أنها لم تكن تملك المال، ولا يوجد تحت سيطرتها جنود، كما يرى نيكير بأن الرأي العام هو صمام الأمان الرئيسي ضد سوء استخدام القوة.

مما سبق يمكن القول بان مصطلح الرأي العام ظهر في أواخر القرن الثامن عشرة نتيجة تركز عدد كبير من الجماعات ومن السكان في المدن الأوروبية، إضافة إلى التقدم الذي طرا على أشكال الاتصال، وخصوصا بعد تطور فن الطباعة وظهور وسائل الاتصال الجماهيري تباعا وانتشار ثقافة الديمقراطية وتأكيد أهمية رأي المواطن في القرارات المصيرية¹⁴.

وبقيام الثورة الصناعية في القرن التاسع عشرة وتطور الاختراعات العلمية وظهور وسائل الاتصال الجماهيري ، أصبح الرأي العام ذا سطوة كبيرة من أبرز نتائجها كطالبة العمال بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم، وهكذا حققت أدبيات الرأي العام مزيدا من الانتصارات بظهور الإذاعة والتلفزيون و السينما خاصة بعد الحرب العالمية الثانية¹⁵.

5 - العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام بالرأي العام في العصر الحديث:

ويمكن ذكر أهمها على النحو التالي:

- زيادة عدد السكان وما نتج عنه من زيادة أهمية آراء الناس واتجاهاتهم في عصر تنتشر فيه الديمقراطية وحرية التعبير.

- التطور المذهل في وسائل الاتصال الجماهيري، حيث أصبحت وسائل الإعلام المختلفة من أهم الأجهزة التي تعتمد عليها نظم الحكم المختلفة في الاتصال بالجماهير والوقوف على اتجاهاتها وميولاتها ومحاولة التأثير فيها، وقد أدى التقدم في أجهزة الاتصال إلى تلاشي فاصلي الزمان والمكان بين الشعوب المختلفة فازداد الاهتمام بالرأي العام العالمي، وظهرت قوته في التأثير على الحكومات المختلفة خاصة بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية¹⁶.

- نمو وانتشار التعليم وانحسار الأمية وهو ما أدى إلى بروز طبقة الصفوة المتعلمة في المجتمع وهي الطبقة التي تسعى إلى التغيير وتبديل الواقع.

- التغييرات الاقتصادية والزيادة في الإنتاج والاستهلاك، وهو ما نتج عنه تمركز وتقنين وانخفاض وحدة التكاليف وانتعاش المبيعات والإعلان.

- الاعتراف بدور الرأي العام في المجتمعات السياسية والاجتماعية وهو الأمر الذي أدى إلى استمالة الرأي العام المحلي والدولي في تحقيق البرامج السياسية والاقتصادية والعسكرية وغيرها، وحتى تعطيلها.

- زيادة ارتباط الرأي العام بالسياسة العامة خاصة أثناء الحروب أو الأزمات، وقد ساعدت عدة إحداث عالمية في تنامي ظاهرة الرأي العام على غرار:

- الحرب العالمية الأولى.
- الثورة البلشفية في روسيا (1917).
- قيام أول منظمة عالمية لصيانة السلام (عصبة الأمم) في النصف الأول من القرن العشرين.

- الأزمات الاقتصادية العالمية في القرنين التاسع عشر و العشرين.
- الحرب العالمية الثانية(1939-1945).
- قيام منظمة الأمم المتحدة وتأسيس مجلس الأمن الدولي بعد الحرب العالمية الثانية.
- ظهور حركة عدم الانحياز منتصف القرن العشرين كنتيجة طبيعية لصراع القطبين الغربي والشرقي¹⁷.

المحاضرة الثانية: خصائص الرأي العام وأنواعه

تهدف هذه المحاضرة إلى تعريف الطالب بأهم الخصائص التي يتمتع بها الرأي العام، ومختلف التقسيمات التي رصدها الباحثون لأنواعه المختلفة.

- 1- **خصائص الرأي العام:** عند الحديث عن الرأي العام وخصائصه فإننا نتناول خصائص أفكار الناس وسلوكياتهم واتجاهاتهم ، لأن الرأي العام ما هو إلا مرآة تعكس اتجاه وسلوك أفراد نابعة من أفكارهم ومعتقداتهم، وعوامل عديدة ومختلفة مرتبطة بأوضاعهم التاريخية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وعند بروز مشكلات معينة فإن هناك مجموعة من الخصائص تظهر وتميز هذا الرأي، ورغم اختلاف الباحثين في تحديدها بسبب اختلاف طبيعة دراساتهم، إلا أن هناك خصائص أجمع عليها الباحثون وتتمثل خاصة في¹⁸:
- الرأي العام سلوك لأفراد المجتمع، ويأخذ هذا السلوك شكل تعبير بالكلمات والرموز الواضحة، فلا يوجد رأي إلا إذا كان له محتوى يمكن التعبير عنه في صياغة لغوية أو رمزية من نوع ما، وتعتمد بعض أبحاث الرأي العام على ما تنشره وسائل الاتصال من أنباء وتعليقات للوصول إلى نتائج معينة بشأن الرأي العام في مجتمع من المجتمعات.

- إن هذا السلوك أو تلك الكلمات التي تم التعبير من خلالها، قد قام به عدد من أفراد الجماعة يمثل الأغلبية وعلى الأقلية احترامه، وتقبله على الرغم من عدم مشاركتها فيه، لكن بالافتناع وليس بالخوف.
 - من المفترض أن يتوفر لدى هذا العدد الكبير من الأفراد معرفة عامة تجذبهم وتثيرهم، وتوجه اهتمامهم إلى الموقف أو المشكلة موضع الاهتمام، وأن تكون هذه المعرفة واضحة ومحددة بالقدر الكافي لتبني وجهة نظر تجاه المشكلة أو الموقف.
 - أن يمثل ذلك الموقف أو المشكلة أهمية حقيقية أو مصلحة لعدد كبير من أفراد الجماعة، بما يكفي لدفعهم إلى التفاعل والحركة بالقبول أو الرفض في إطار جماعي مشترك، والفرد يشعر عادة عند تكوين رأيه أن الآخرين سيتكون لديهم نفس الرأي.
 - إن تعبير الأفراد عن آرائهم يكون علنا، أو على الأقل فإنهم على استعداد لأن يعبروا عن آرائهم علنا، وكما أوضح ريتشارد شانك، فإن ثمة فروق أساسية بين كيف يفكر الفرد أو يشعر في قرارة نفسه، أي يتبنى وجهة وجهة نظره الشخصية النابعة من داخله، وبين الحالة التي يلجا فيها إلى تبني آراء قام بالتعبير عنها أفراد آخرون في المجتمع.
 - يكون الأفراد على استعداد للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بغض النظر عن وجود أو حضور أفراد آخرين أو عدم وجودهم، فالفرد عندما يكون بمفرده أو بمعزل عن الجماعة يكون في حالات كثيرة أقل حماسة وأقل نشاطا وأقل استعدادا لإبداء وجهة نظره، لعكس الحال عندما يكون ضمن جمهور من الحاضرين أو ضمن جماعته.
 - قد يتعارض الرأي العام مع العادات والقوانين السائدة التي أصبحت بالية، والتي يشعر الأغلبية أنها مفروضة عليهم فرضا، وقد تصل فاعلية الرأي العام المعارض إلى درجة تكفي للقضاء على تلك العادات والقوانين، وهو ما يحدث عادة في الحالات التي تتحرر فيها إرادة الأغلبية.
- وهناك مجموعة من الخصائص الأخرى التي يتمتع بها الرأي العام ويمكن رصدها على النحو التالي¹⁹:

- يبقى الرأي العام كامنا حتى تظهر مسألة أو قضية عامة ما، وهذه القضية تظهر عادة عندما يوجد تصادم أو خيبة أمل، والرأي العام الفعلي هو محاولة التقليل من التصادم أو الفلق أو خيبة الأمل، فقد يلجأ الرأي العام لعمليات التبرير أو التعويض أو الإبدال.
- يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادرهم واتجاهاتهم إلى الآخرين (عملية الإسقاط)، أو عندما يفترض بعض الناس أن اتجاهاتهم أو معارفهم هي نفسها اتجاهات ومعارف الآخرين (التقمص).
- يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه، أي أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع أو العامل المؤثر كبيرة، أو عندما يكون التعبير عن الاتجاه بالأفعال ذات نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة.
- الرأي العام يمثل مدى واسعاً بين المعارضة والتأييد.
- الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة.
- يختلف الرأي العام في درجة الثبات، فالفرد مثلاً يمكن أن يكون وجهة نظر يعبر عنها على أساس قليل من المعلومات، أو بدون معلومات نهائياً، ووجهة النظر هذه يمكن أن تتغير عند حصوله على مزيد من المعلومات.

2- تقسيمات وأنواع الرأي العام: وضع الباحثون والمهتمون بمجال الرأي العام العديد من التقسيمات

التي ترصد أنواع الرأي العام وفق معايير مختلفة ويمكن ذكرها على الشكل التالي:

تقسيم الرأي العام وفق النطاق الجغرافي : ويستند هذا التصنيف إلى أسس تتعلق بمدى انتشاره من حيث:

المكان ، الطبقة (المهنة) الطائفة ... و فيه نجد

- الرأي العام المحلي : ويعبر عن الرأي السائد في نطاق جغرافي معين، مرتبط بالمجتمع المحلي،

وينقسم الرأي العام المحلي بدوره إلى أنواع متعددة تبعاً لعوامل دينية و عرقية وتاريخية و اقتصادية و سياسية

- **تقسيم الرأي العام وفق العنصر الزمني والاستمرارية:** ويظهر ذلك في :

▪ **رأي عام دائم :** و هو رأي عام أكثر رسوخا، و تتدخل في بنائه مجموعة كبيرة من العوامل، و هو يتكون من فئة كبيرة من الناس، و يتصل اتصالا قويا بالأشياء الثابتة في الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد²⁵. فالرأي العام يتركز على أسس تاريخية و ثقافية و دينية، و يشترك فيها السواء الأعظم من الأمة ويمتاز بالاستقرار و الثبات و لا تأثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادرا لأنه وليد التفاعل بين ومقومات الجماعة و المجتمع و لذلك يكون قويا و عميقا²⁶.

▪ **رأي عام مؤقت :** و يظهر كاستجابة لحادث معين، يزول بزواله، و يتغير بتغير العوامل المؤدية إلى تكوينه، فهو يرتبط بكل طارئ من الظروف، و يستمد قوته من اعتماده على العقلانية و المنطق أكثر من العاطفة، و يوصف هذا الرأي بأنه ديناميكي، أي نشط و متحرك و يستمد قوته من الاعتماد على الحيوية والعقلانية أكثر من اعتماده على التقاليد و القيم الراسخة²⁷.

▪ **رأي عام يومي :** و يتأثر بمجريات الحياة اليومية، و ما يتخللها من أحداث، و لذلك فهو سريع التغيير، و ينقلب من يوم إلى آخر، و هو الآراء اليومية التي تبدلها الجماعة، نتيجة الفكرة في الصحف، وخصوصا الصحف الاخبارية التي تتبع أسلوب الاثارة²⁸ ، و يرى **دوفيفات** أن الصحف الاخبارية والصحف الحزبية تعيش على الرأي العام اليومي، حيث تتلقف الاحداث اليومية و تجعل منها العناوين الضخمة التي تجذب القراء و تركز الصحف الحزبية على ما يتلاءم مع دعوتها السياسية و فكرها الحزبي و ذلك لتعزيز رأيها²⁹.

تقسيم الرأي العام حسب درجة الظهور أو المغزى: و يقسم الرأي العام من حيث الظهور إلى نوعين: رأي عام خفي و كامن :

▪ **الرأي العام الظاهر:** (الصريح . المعلن): و هو الرأي العام الذي يعبر عنه الناس علانية في مجالسهم العامة و الخاصة و ينشرونه فقي وسائل الاعلام المختلفة و غالبا ما نجد هذا النوع من الرأي في

البلدان التي يتمتع مواطنوها بجو من الديمقراطية و الحرية السياسية و الاجتماعية، و حرية التعبير عن الرأي في مختلف القضايا و المشاكل و المسائل التي تشغل أذهانهم، و تكون هذه الآراء و الأفكار معبرة تعبيراً صريحاً و صادقاً عن آرائهم و أفكارهم و اتجاهاتهم و ما يدور في عقولهم، و ما يشعرون به دون خوف من تسلط أو إرهاب، ما يترتب عنها من تصرفات، أو هو الرأي العام القائم فعلاً في وقت من الأوقات، و يتم التعبير عنه صراحة، و يظهر فيما تنشره الصحف، و تتناوله وسائل الإعلام المختلفة و في أحاديث الناس و مناقشتهم، على شكل تعليقات، و ما يترتب عن ذلك من أفعال، و تصرفات و سلوكيات و اتجاهات و شعور³⁰، و يرتبط هذا النوع الرأي العام بمظاهر و ممارسات ديمقراطية، تتجلى في الانتخابات و المناقشة.

▪ **رأي غير ظاهر (باطن – كامن):** وهو الرأي العام غير الظاهر و غير المعبر عنه، و يحدث عنه في مجتمعات الحكم الديكتاتوري ، وهي المجتمعات التي لا يتمتع أفرادها بالحقوق السياسية والاجتماعية، لذلك يخشى الفرد التصريح برأيه حو لمشاكل والموضوعات المختلفة التي تحدث في المجتمع، فيقفون موقف عدم الاكتراث أو اللامبالاة، و إذا أتاحت لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم بأي صورة من الصور، و توفرت الحرية بحيث لا يخشى الناس التعبير عن آرائهم في صراحة تامة فإنه يتحول من رأي عام كامن إلى رأي عام فعلي أو ظاهر³¹، و هناك عدة عوامل تعمل على تحويل الرأي العام الكامن إلى رأي عام ظاهر منها :

- شدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة، إلى درجة لا يستطيعون كتمانها، و هنا يظهر الرأي العام، و ينطق استجابة للعام السيكولوجي و هو عدم الاحتمال لشدة الحالة.

- دفع المواقف الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي العام.

- تحول النظام السياسي من الخط الشمولي إلى نموذج أكثر ديمقراطية مما يعني إلغاء أو تخفيف القوة المفروضة على حرية التعبير.

- تقسيم الرأي العام حسب قوة التأثير و التأثير: وفيه نجد:

▪ رأي عام قائد أو نشط: و يمثل هذا النوع الرأي صفوة أو نخبة المجتمع من قادة الرأي و المفكرين والعلماء، فهم الذين يقودون المجتمع، و يعملون على تثقيفه و إرشاده و توجيهه في مختلف النواحي السياسية و الثقافية و الاجتماعية ، بحيث تكون المعتقدات الراسخة في هذه الحالة غير قابلة للتأثر بوسائل الإعلام وآليات الدعاية المختلفة في الغالب.

▪ رأي عام قارئ أو مثقف: و يختلف حجم هذا الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع، و هو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة و التعليم، و يتأثر بوسائل الاعلام و الدعاية المختلفة بدرجات متفاوتة حسب مقاومته المرتبطة بمستوى النضج لديه³² ، ولقد حدد **ديفاين** خمسة مقاييس استطلاعية لتحديد هذه الفئة و هي الاهتمام بالسياسة بوجه عام، الاهتمام بالحملات الانتخابية، الحديث عن السياسة، مطالعة الاخبار السياسية في الصحف، و القراءة في المجالات السياسية.

▪ رأي عام منقاد: و يكون من عموم أفراد المجتمع، و يعبر عن رأي السواء الأعظم من الشعب و من غير القادرين على مواصلة الاطلاع و البحث و من غير القادرين كذلك على متابعة الأحاديث أو النظر في بواطن الأمور أو القراءة بين السطور³³ ، لذا ينساق أصحاب هذا الرأي بما يوجهه لهم الرأي العام القائد والقارئ، و تأثر فيه وسائل الاعلام بدرجة أكبر³⁴.

تقسيم الرأي العام من حيث الوجود: وأنواعه:

▪ رأي عام موجود فعلا: و هو الرأي العام الذي يكون نتيجة لبعض الاحداث و الوقائع، و تظهر آثاره في التعليقات و المناقشات، و هذا الرأي يميل إلى الحالة الواقعية لوجود الرأي العام و تشكيله بعد مروره لمجموعة من المراحل و العمليات التي تبدأ من المراهقة السلمية، ثم الصراح وصولاً إلى مرحلة الوجود الفعلي، و هو يخضع لكثير من المناقشات و تباين الآراء حوله، قبل أن يظهر إلى مرحلة الوجود الفعلي بعد أن يحصل اتفاق حوله³⁵.

▪ رأي عام متوقع وجوده : وهو الرأي العام الذي لم يكن موجودا أصلا أو كان محايدا ثم يتبلور شيئا فشيئا، نتيجة لمجموعة من الظروف و الأحداث و المشاكل و هذا النوع من الرأي يهتم بالدرجة الأولى الزعماء و القادة، و رجال الأعمال و العلاقات العامة، و تلعب مراكز بحوث الرأي العام دورا هاما في التنبؤ بالرأي العام المتوقع وجوده³⁶ .

التقسيم الكمي للرأي العام: وفيه:

▪ رأي الأغلبية : و هو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة، و هو تجميع و تكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة .

▪ رأي الأقلية: و هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة، و يعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها، فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء المتخصصين.

▪ الرأي الانتلافي: و هو رأي حملة الأقليات في اتجاهاتها و التي تجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة، و هو ليس وليد المناقشة و إنما نتاج عوامل خارجية عارضة، و متى زالت هذه الأسباب يزول هذا الرأي .

▪ الرأي الساحق: و هو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة و هو ليس رأي الأغلبية، إنما رأي قريب من الإجماع و يقترب من العادات و الأعراف و التقاليد³⁷ .

المحاضرة الثالثة: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام

تتعدد العوامل المساهمة في تشكيل وتكون الرأي العام على اختلاف أنواعه، ولذلك فإن

الهدف من هذه المحاضرة هو تعريف الطالب بكل واحد منها

1 - المناخ السياسي : في الدول الديكتاتورية، أين تستبد السلطة بالرأي و تحرم مواطنيها حق المناقشة المصيرية، و المشاركة في الحكم، و تعامل الجمهور بالقسوة و الإرهاب، ويسود الخوف العام، أو السخط العام، و تنعدم الثقة بين الشعب و الحكومة³⁸، و حرمان الجماعة بقياداتها المتعددة من (سياسية، و حرفية ، و علمية ...) من مناقشة المشكلات و القضايا الأساسية بينهم مع مرور الوقت في انعدام التعاطف والتضامن بين الحكومة و الشعب و عزل كل منها عن الآخر³⁹، و بالمقابل فإن السماح بتعدد الأحزاب السياسية و يتعدد النقابات و التنظيمات الشعبية، و إعطائهم جميعا حرية التعبير عن الرأي دون تمييز، أمر يجعل الرأي العام أكثر فاعلية و إيجابية من خلال مشاركته في السياسة العامة، حيث تشجع هذه الظروف على مناقشة القضايا المختلفة بين الجماهير بدرجات واسعة من الحرية⁴⁰.

02 - المناخ الاقتصادي السائد: فالظروف الاقتصادية تسهم بدرجة كبيرة في تحديد آراء الجماهير، فكلما كان هناك تفاوت و لا عدالة في توزيع الثروات و تقسيمها أدى ذلك إلى انقسام الأمة الواحدة على أمتين على تعبير السياسي البريطاني ديزرائلي فالتفاوت في توزيع الثروة يؤدي إلى انقسامات اجتماعية سياسية كبيرة وخطيرة، إذ يؤدي ذلك إلى تفتيت الجماعة و ضعف مواقفها و اتجاهاتها و تهيئة أسباب التناحر والصراعات بين فئاتها و طبقاتها، و ظهور الاستقطابات المتصارعة فيها، مما يؤثر على تكوين رأي عام فاعل و مؤثر إزاء القضايا الوطنية أو الهامة من حياة الأمة و تصبح حالة الفقر و العوز سببا و مظهرا من مظاهر التمزق الاجتماعي و ليست نوعا من أنواع المعاناة الاجتماعية فحسب، يضاف إلى هذا أن الأفراد خصوصا في

الدول النامية منشغلون طول يومهم بالعمل من أجل البقاء، و ليس لديهم الوقت اللازمة لمناقشة المشكلات و القضايا العامة، و يترتب على ذلك نقص في الوعي و عدم المشاركة في الحياة العامة، و هذا لا يجعلهم عناصر فاعلة في تكوين الرأي العام⁴¹ .

مؤسسات التنشئة الاجتماعية : و يأتي في مقدمتها الأسرة و المدرسة:

أ . الأسرة : و يتمثل دور الأسرة في التكوين النفسي لأفرادها، فهي اللبنة الأولى في التنشئة الاجتماعية، إذ تستتبط المعايير الاجتماعية لتمثل و تدمج في الشخصية النفسية، و تصبح جزءا لا يتجزأ منها، فالتربية هي التي تنمي لدى الإنسان استعداداته وميولاته، و اتجاهاته و حاجاته، و تكون الاستجابة لها هي الامتثال للقواعد و المعايير الاجتماعية⁴² .

فإذا سادت الديكتاتورية كأسلوب في إدارة شؤون الأسرة، تسود روح الامتثال و الخضوع لدى الأفراد، و افتقاد القدرة على إبداء الرأي و التعبير عنه. و هذه السمة تغلب على الشخص خلال الممارسة السياسية فيما بعد. و يلاحظ تأثير الأسرة في رأي الفرد، من خلال تماثل أفراد الأسرة الواحدة في الرأي غالبا تجاه القضايا المثارة، و ذلك بفعل تأثير شخصية رب الأسرة، و تقليد الأبناء للأباء و تعرض أفراد الأسرة لمصادر المعلومات نفسها في الغالب، و تأثير المناقشة التي تجري بين أفراد الأسرة على آرائهم⁴³ .

المؤسسات التعليمية: فيما يخص الاتجاهات السائدة في المؤسسات التربوية و التعليمية، فالملاحظ أنها تؤثر في مستقبل الرأي العام داخل الدولة، لأن الفرد لا يستطيع في المراحل الأولى من عمره استخدام عقله للتمييز بين الحق و الباطل، فيكبر الفرد و معه أنماط من السلوك و الأفكار بلغت في نفسه مبلغ العقيدة، لهذا تهتم الشعوب المتحضرة بترسيخ القيم الدينية و الأخلاقية في عقول النشء و تنمية روح البحث و ملكة النقاش والحوار و تعميق مفاهيم السلوك الديمقراطي، أما المجتمعات الديكتاتورية فينمي فيها التعليم روح العنصرية والتعصب⁴⁴ .

و تشمل المؤسسات التعليمية هنا المدارس و المعاهد و الجامعات و دور العلم المختلفة، حيث تؤثر على سلوك الأفراد و آرائهم و اتجاهاتهم تربويا و نفسيا مهامها الأساسية في اكتساب الفرد القدر الكافي من المعلومات العامة و المتخصصة في الموضوعات و القضايا المختلفة، و بالتالي فإنها من أهم المصادر ذات الإسهام في تكوين الرأي العام و تشكيله من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه و قوته⁴⁵.

الهوامش:

- 1- محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 12.
- 2- المرجع السابق، ص-ص 12-13.
- 3- سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 6.
- 4- المرجع السابق، ص 7.
- 5- سمير محمد حسين، الرأي العام (الأسس النظرية، والجوانب المنهجية)، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 17.
- 6- المرجع السابق، ص-ص 17-18.
- 7- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة 1999، ص 21.
- 8- سعد عبد الرحمن، أسس القياس النفسي، مكتبة القاهرة، القاهرة، 2001، ص 265.
- 9- شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1983، ص-ص 170-171.
- 10- أحمد بدر، الرأي العام، دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 41.
- 11- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص-ص 15-16.
- 12- أحمد بدر، مرجع سبق ذكره، ص-ص 41-42.
- 13- رفيق سكري، دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس، لبنان، 1991، ص 12.
- 14- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 18.
- 15- المرجع السابق، ص-ص 18-19.
- 16- محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 29.
- 17- مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص-ص 19-20.
- 18- رشيد حمليل، الحرب والرأي العام والدعاية، منشورات وزارة الثقافة، الجزائر، 2007، ص-ص 160، 162.
- 19- فتحي حسين عامر: استطلاعات الرأي العام على الأنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص-ص 92، 93.
- 20- محمد نصر مهنا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، مركز الاسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005، ص 101.
- 21- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، م 3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 1276.
- 22- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 339.
- 23- محمد منير حجاب، الرأي العام، م س ذ، ص، ص 38.
- 24- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، م س ذ، ص 1269.
- 25- سمير محمد حسين، م س ذ، ص 341.
- 26- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، م س ذ، ص 110.

- ²⁷- جمال مجاهد، م س ذ، ص 42.
- ²⁸- ميلود سفاري وآخرون، الإشاعة والرأي العام، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 129.
- ²⁹- عاطف عدلي العبد، م س ذ، ص 110.
- ³⁰- عبد الكريم علي الدبيسي، الرأي العام، عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة، عمان، 2011، ص 75.
- ³¹- بسبوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 179.
- ³²- عاطف عدلي العبد، م س ذ، ص 106.
- ³³- المرجع السابق، ص 104.
- ³⁴- جمال مجاهد، م س ذ، ص 43.
- ³⁵- عبد الرحمن عزي، الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 260.
- ³⁶- عاطف عدلي العبد، م س ذ، ص 106.
- ³⁷- المرجع السابق، ص 105.
- ³⁸- عادل عبد الغفار خليل، الإعلام و الرأي العام، دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص 110
- ³⁹- عاطف عدلي العبد، راجية أحمد قنديل، الرأي العام، م س ذ، ص 44 . 45
- ⁴⁰- محمد منير حجاب، م س ذ، ص 23.
- ⁴¹- عاطف عدلي العبد، م س ذ، ص 55 . 56
- ⁴²- جمال مجاهد، م س ذ، ص 59.
- ⁴³- عادل عبد الغفار جليل، م س ذ، ص 112.
- ⁴⁴- محمد منير حجاب، الرأي العام، م س ذ، ص 121 .
- ⁴⁵- سمير محمد حسين، م س ذ، ص . 73 . 74.



المحور الثاني: قياس الرأي

العام □

المحاضرة الرابعة: قياس الرأي العام ، نشأته و تطوره وإشكالياته

تتناول هذه المحاضرة مفهوم قياس الرأي العام باعتباره إجراء منهجيا يتم عبر بحوث ميدانية للحصول على تغييرات كمية تعكس توجهات الأفراد نحو قضايا معينة، بالإضافة إلى نبذة تاريخية عن استطلاعات الرأي العام، و ظهورها في العالم، ثم في الوطن العربي إضافة إلى الإشكاليات التي يعانيتها.

1 - مفهوم قياس الرأي العام:

يقصد بقياس الرأي العام أو استطلاعات الرأي العام تلك البحوث الميدانية التي تحاول الوصول إلى تعبيرات كمية في شكل أرقام أو نسب مئوية ومعاملات إحصائية للتعبير عن تفضيلات ووجهات نظر مختلف أفراد و فئات و شرائح المجتمع موضوع البحث بشأن مسائل أو قضايا محددة سلفا. و ظاهرة الرأي العام لا يمكن إدراكها إلا من خلال الأفراد، سواء في تغيراتهم الفردية أو الجماعية وتأتي نتيجة دراسة هذه الظاهرة في شكل رقمي، وعادة يعتمد الباحث على البحث الميداني من خلال ملاحظة ومقابلة واستقصاء آراء أفراد المجتمع أو العينة التي تم اختيارها بطريقة علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا¹.

وتجدر الإشارة إلى أن قياس الرأي العام و التعرف عليه و معرفته لا يمكن أن يتم من خلال البحث في الصحافة أو التلفزيون و الإذاعة عما تعكسه من وجهات نظر و ما تسميه تلك الأجهزة باتجاهات الرأي العام أو نبض الشارع إزاء قضايا محددة، فقياس الرأي العام أصبح يرتبط بأدوات وتكنيكات خاصة حققت الكثير من التطور و الاستقرار و الدقة، و لكن ذلك لا ينفي أيضا أن قياسات الرأي العام تستفيد مما يذاع في وسائل الإعلام و ينشر عبرها في تقديم تحليل أكثر عمقا لما تحصل عليه من أرقام تشير إلى الرأي العام².

2 - نشأة قياس الرأي العام و تطوره:

لجأ الحكام في المجتمعات العربية في الماضي و الحاضر إلى طرق بسيطة للتعرف على آراء الناس و أحوالهم، منها خروج الحاكم للاستماع بنفسه لرأي الناس، و إطلاق بعض المقربين في الشوارع للتعرف على أحوال الناس و آرائهم .

ثم بدأت عمليات قياس الرأي العام تحنل مكانة و تكتسب أهمية متزايدة في العصر الحديث، إذ تم اعتبارها خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، و لقد انتقلت العدوى استطلاع الرأي العام في بعض البلدان كالولايات المتحدة الأمريكية من سوق السلع و التجارة إلى سوق السياسة و الحكم³.

وتعود بدايات الإهتمام بقياس الرأي العام إلى حوار عام 1824، حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة و التسويق إجراء استطلاع للرأي العام، عن طريق القيام باستفتاءات كانت تسمى آنذاك الإقتراع الأولي، و لكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة و التمثيل الصحيح لفئات الرأي العام، و بالتالي كانت لا تدعو إلى الثقة بها ولا يمكن تعميمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذي اتبعته مجلة الخلاصات الأدبية إلى إفلاسها ، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات، و دفاتر التلفونات، و هي عينات غير ممثلة للمجتمع الأصلي، و متحيزة إلى ذوي المدخول العالي نسبياً⁴.

بعد هذه الإنطلاقة، انتقل قياس الرأي العام من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام ، مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمع، و قد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات، و سرعة الإنجاز، و قد اتبع هذه الطريقة جالوب، الذي أنشأ معهد جالوب للرأي العام سنة 1935 ، إضافة إلى عدد من المهتمين بقياس الرأي العام، مثر رويبر كروزلي ، كانتريل ، ونجحت عملية قياس الرأي العام نجاحا كبيرا في التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة

الأمريكية عام 1940 ، 1944 ، و أدى فرط الثقة إلى نوع من الغرور جعل هذه المراكز تنتبأ في وقت مبكر بفوز جون ديوي بالرئاسة على منافسه ترومان سنة 1948، و فشلت هذه التنبؤات فشلا ذريعا⁵.

وقد شهد عقد الستينات من القرن الماضي انطلاقا حقيقيا في مجال استطلاعات الرأي العام، تمثل في امتداد هذا النشاط العلمي إلى دول الاتحاد السوفياتي سابقا، و على العديد من دول أوروبا الشرقية، حيث أنشأت هيئات علمية و مراكز لبحوث الرأي العام، وبدأت عملها باستطلاعات تتناول وسائل الإعلام واستمرت في خطواتها التي تعثرت أحيانا و توقفت تماما أحيانا أخرى، حتى توجت بإجراء استطلاع الرأي العام أواخر الثمانينات و بداية التسعينات من القرن الماضي تتناول أهم القضايا السياسية و أشدها حساسية.

ولعل مرحلة النضج التي بدأت منذ أوائل السبعينات من القرن الماضي بتناول استطلاعات الرأي العام و قياساته برؤية شاملة متكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص بالعملية، و ليس مجرد الاكتفاء برصد موقف الرأي العام في اللحظة الآنية، و من أمثلتها مشروع المسح الاجتماعي (GSS) و المسح الاجتماعي الدولي (ISSP)، و البارومتر الأوروبي (EBS) و هناك ثلاث قضايا رئيسية سيطرت على ساحة العمل في مجال الرأي العام على مدى نصف قرن من الزمان وهي : الديمقراطية ، المنهج والنظرية، و قضية الأخلاقيات الحاكمة للعمل في مجال استطلاعات الرأي العام و قياسه.

3- قياس الرأي العام في الدول العربية :

رغم كثرة الحديث عن الرأي العام العربي، و تعدد محاولات استغلاله و توظيفه، فإن الدول العربية لم تشهد حوارا جادا و متصلا و علميا حول القضايا التي يثيرها الرأي العام ، و إمكانية استطلاع آرائه و رصد وتحليل اتجاهاته، فضلا عن علاقته بعملية التحول الديمقراطي.

ويمكن القول بأن غياب المناخ الديمقراطي، و انتهاك الحريات العامة في مجمل الأقطار العربية، قد ضاعف من عمليات الخوف و الحجر على مناقشة قضايا الرأي العام. و إجراء استطلاعات منظمة و علمية

و علانية له في العالم العربي، كما ضاعف أيضا من عمليات التلاعب بالرأي العام لخدمة الأنظمة الحاكمة القائمة⁶.

ويمكن القول بناء على ما سبق أن عمليات قياس الرأي العام و دراسته في مجمل الأقطار العربية. لم تتجاوز مرحلة التجريب، إذ لم تتبلور تقاليد علمية أو مهنية متفق عليها بين الباحثين أو المنشغلين باستطلاعات الرأي و الرأي العام .

وقد حدد شومان أربعة إشكاليات رئيسية لقياس الرأي العام في المنطقة العربية وهي :

■ الإشكالية الأولى : تدور حول ماهية الرأي العام العربي: بمعنى هل يدرس القائمون باستطلاعات

الرأي و يسعون لقياس الرأي العام العربي في مجمل الأقطار العربية أو ما يمكن وصفه بالرأي العام العابر للحدود القطرية، أم أن مجال الاهتمام يجب أن يرتكز على الرأي العام أو القطري، و هل من الجائز القول أن مجموع مواقف الرأي العام في أغلب الدول العربية يعبر عما يمكن وصفه بالرأي العام العربي.

■ الإشكالية الثانية: الديمقراطية و استطلاعات الرأي العام: و يرى البعض أن غياب الديمقراطية في

الوطن العربي و في أغلب دوله و غياب الحريات العامة يحول دون تشكيل رأي عام حر، كما يمنع المواطنين من التعبير الحر عن آرائهم دون خوف أو بطش من السلطة. و عليه يدعو أصحاب هذا الرأي إلى تأجيل إجراء استطلاعات الرأي العام لحين تحقق الحد الأدنى من الإصلاحات الديمقراطية.

واستنادا إلى شرط الديمقراطية ، ذهب بعض الباحثين إلى عدم وجود رأي عام في الدول العربية التي

لا يتوافر بها الحد الأدنى من الحقوق الديمقراطية لكن هذا القول من الصعب جدا الأخذ به ، إذ أنه رغم عدم وجود الديمقراطية، و في ظل مناخ القهر و الاستبداد إلا أن هناك رأي عام يتشكل و ببطء في كثير من المواقف، و هو رأي عام كامن لا يستطيع التعبير علانية عن نفسه، لكنه يظل قابعا تحت السطح و مؤثرا.

■ الإشكالية الثالثة: إذا كانت استطلاعات الرأي العام هي أحد أهم أدوات قياس الرأي العام ، و الكشف عن

مواقفه و اتجاهاته، فلا بد من السماح بها في الدول العربية كأحد آليات الإصلاح الديمقراطي و كوسيلة

متفق عليها للتعرف على آراء المواطنين، وذلك لا يتحقق إلا في ظل مجموعة من الشروط التي تهدف إلى حماية الرأي العام من استغلاله و توظيفه سياسيا . و تضمن له أكبر قدر من الموضوعية و الدقة أثناء عملية القياس و من أهمها :

1 . نزع صفة القداسة الزائدة لنتائج استطلاعات الرأي و التعامل معها كحقائق ثابتة أو مطلقة، فهي في الأخير نوع من القياس و هو من الأمور المتغير نسبيًا، رغم الضوابط العلمية التي يتبعها المنشغلون بهذا الميدان.

إلا أن هناك دائما في العلوم الإنسانية هامش من النسبية والتغير، وهي تتضاعف في حالة الرأي العام بالنظر إلى طبيعته المتقلبة والمركبة.

2 . الاستفادة من مقولات المدرسة النقدية في دراسة الرأي العام و التي ترى أن استطلاعات الرأي العام هي أداة من أدوات السيطرة الاجتماعية و التوجيه، و هو ما أشارت إليه الباحثة **إليزابيث نويل نيومن** ، إذ ترى بأن إدعاء أن الأغلبية تقول نعم أو تؤيد سياسة ما يفرض نوعا من الصمت على المخالفين للأمر ، و هو ما يعني أن الفرد يميل إلى تعديل و تكيف آرائه ، بحيث تتفق مع الرأي السائد حتى لا يشعر بالعزلة.

3 - ضرورة اهتمام الباحثين العرب بقضايا الرأي العام ، و هم على قدر كبير من المعرفة و الخبرة إضافة إلى وضع مجموعة من الأسس و القواعد و المواثيق الأخلاقية المنظمة لممارسة استطلاعات الرأي العام.

4 - تشجيع فعاليات المجتمع المدني، و معاهد البحوث و الجامعات العربية على ممارسة رقابة شعبية وعلمية على استطلاعات الرأي العام ، تتسم بأكبر قدر من الموضوع في النقاش و الشفافية .

▪ **الإشكالية الرابعة:** نهاية الاحتكار الحكومي: فاستمرار احتكار الحكومات العربية لتنظيم إجراء استطلاعات الرأي العام يتعارض مع محاولات الإصلاح السياسي من جهة و لا يتفق مع المنطق مع التطورات و الفرص التي أتاحتها تكنولوجيات الاتصال و الانترنت و ظهور استطلاعات الرأي العام

الإلكترونية من جهة ثانية، و الإشكالية هنا أن بقاء الاحتكار الحكومي و إشكال الرقابة يفتح المجال لظهور أشكال غير دقيقة و مشوهة لقياس الرأي العام.

المحاضرة الخامسة: أهمية قياس الرأي العام وأنواعه

يفترض أن يكون الطالب قادراً من خلال تلقيه لهذه المحاضرة على رصد أهمية قياس الرأي العام في المجتمع، وتحديد مختلف التقسيمات وأنواع بحوث الرأي العام: الاستفتاء، المسح، وتحليل المضمون

1- **أهمية قياس الرأي العام:** إن دينامية الرأي العام وتغيره المستمر يفرضان على صانعي السياسات ومنتخذي القرارات، سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي وسواء على المستوى القومي أو غيره من المستويات الأخرى، قياس الرأي العام قياساً دقيقاً وبشكل مستمر ودائم، بهدف معرفة الواقع الفعلي، ودراسة مشكلاته الملحة، وتقييم ما تم التوصل إليه، من مجموعة معلومات وآراء اتجاهات. وعليه فإن القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام لدى الجمهور أو لدى فئات مختارة منه، يتيح لمختلف المنظمات اتخاذ القرارات، على ضوء الحقائق الموضوعية، كما أنه يسمح للدولة وللمنظمات المختلفة فيها أن توجه الرأي العام توجيهها سليماً⁷.

ويوضح ترومان في ذات الصدد بأن الاستفتاءات العامة تستطيع أن تساعد الحكام في الاستعاضة بالبيانات الموثوق بصحتها، عن التنبؤات والفروض الضمنية في المجالات الآتية:

- تقديم بيانات يمكن على أساسها وضع الفروض ورسم الخطط لبرنامج مقترح.

- اختبار خطط برنامج مقترح.

- تقييم فاعلية برنامج قائم.

- تسهيل الجوانب الإعلامية في سياسة قائمة.

بناء على ما سبق تعتبر استطلاعات الرأي العام خطوة أساسية في العملية الديمقراطية من حيث أنه لا يمكن أن تقوم الأجهزة الحاكمة بتحقيق آراء الجماهير ما لم تكن تلك الإرادة بصدد كل مسألة من المسائل واضحة المعالم، لدى أجهزة التشريع والتخطيط والتنفيذ، ويتوقف على تلك الأجهزة كما يتوقف على أجهزة الرقابة الشعبية من برلمانات وتنظيمات مدى اكتمال حلقات العملية الديمقراطية، بالتعرف على الاتجاهات بغرض التعديل في أساس هذه الاتجاهات بما يتفق مع خططها، فتوجه أساليب الدعاية والإعلام، لإحلال اتجاهات أخرى محل الاتجاهات الأصلية التي يكشف عنها استطلاع الرأي العام، بما لا يتفق مع وجهات نظر أجهزة الحكم في الأنظمة غير الديمقراطية⁸.

وتكمن أهمية قياس الرأي العام في كونه أحدث قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وهو أحد القنوات المهمة في استشرف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية أو مسائل مستجدة تستلزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع القرار على مائدة المسؤول من خلال رؤية تقدمها تلك الاستطلاعات، خاصة إذا ما كانت استطلاعات تجريها مراكز مهنية ومحترفة ومستقلة.

وتولي مختلف الحكومات أهمية كبرى لقياس الرأي العام، سواء من خلال قدرتها على استشرف رأي عام يمكنها من اتخاذ قرار سواء لتلبية حاجة مجتمعاتها، أو التعامل مع المشكلات المستجدة أو تصحيح رؤيته حيال القضايا التي يستهدفها هذا القياس.

وتستهدف قياسات الرأي العام التعرف على الدواع الكامنة وراء الآراء، والتعرف على شدة الرأي وعمقه إزاء القضايا والأحداث والأشخاص، وتتسم عملية قياس الرأي العام بالبطء النسبي في إنجازها واستخراج نتائجها وتحليلها، وهنا يصبح من الأهمية استخدام أساليب وطرق قياس تتميز من حيث التصميم والمعالجة، لأن نتائج هذه النوع من القياس تعطي أبعاداً أكثر عمقاً، وتحليلاً شاملاً ومتعمقاً لاتجاهات الرأي العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل فئة من فئات الجمهور المستهدف بعملية القياس، حيث تسعى بحوث الرأي العام إلى دراسة مشكلات المجتمع الملحة الراهنة ف بعملية القياس، التي تُعد قضايا خلافية

يُنثار حولها النقاش بين أفراد الجمهور العام أو بعض فئاته وشرائحه، وفي ضوء هذه الدراسات تُعد الحكومات خططها بما يتماشى مع اتجاهات الرأي العام وتُسُن القوانين واللوائح وتتخذ القرارات المناسبة التي تمس مصالح الجماهير حتى لا تعمل هذه الحكومات في اتجاهات مضادة لاتجاهات الرأي العام، وحتى يقف الرأي العام أيضاً موقفاً مؤيداً لها ومتعاوناً معها في المشروعات التي تعدها، ويكون سنداً للمؤسسات والهيئات الحكومية.

وإن كان الرأي العام مهماً للحكومات، فإن أهميته تزداد بالنسبة لأجهزة الإعلام التي تنطق بأسم الحكومة وتعتبر عنها، ذلك أن الرأي العام هو المجال الحيوي الذي تعمل فيه هذه الأجهزة، وبدون دراسة علمية ودقيقة للرأي العام فإن الأجهزة الحكومية ستعمل في فراغ، ولن تجد من يسمع لها أو يهتم بها، أما الاعتماد على الاجتهادات الشخصية في معرفة الرأي العام فإن نتائجها غير مضمونة وقد تكون مظلمة⁹.

وقد أصبحت استطلاعات الرأي العامة مهمة ومؤثرة في كثير من الناس وخصوصاً الدول المتقدمة؛ حيث يتأثر كثيرون بنتائج تلك المراكز الاستطلاعية، ويعدون لها من القياسات المهمة والمؤثرة، فقد اعتادت تلك الدول على هذه المراكز، وأصبحت بينها وبين تلك المراكز مصداقية عالية، فتجدهم ينتظرون النتائج التي سوف تصدر عن تلك المراكز بعد قياساتهم لمشكلة معينة أو قضية ما؛ فالمصداقية والموثوقية من أساسيات مراكز الاستطلاع الناجحة؛ لأنه إذا غابت المصداقية ولم يثق الناس بتلك المراكز فسيصبح هناك خلل في عرض النتائج، وعدم جدواها؛ بسبب عدم تعاون أغلبية شرائح المجتمعات مع تلك المراكز، أما إذا كانت المصداقية عالية جداً وثقة الناس كبيرة بها فالنتائج سوف تكون إيجابية وصحيحة إلى درجة كبيرة ومفيدة للجميع.

وتحتاج الدول العربية اليوم إلى مراكز استطلاعية ذات مصداقية عالية تهتم بقياس الرأي العام حول القضايا التي تحتاج إلى إيجاد حلول سريعة؛ نظراً للفراغ الكبير في مجال استطلاعات الرأي العامة، ولا بد أن ننظر إلى هذه المراكز متى ما وجدت وأُسست على أنها مراكز بحثية ونتعاون معها تعاوناً كبيراً من خلال

تعبئة أدوات الدراسات، والإجابة عن أي استفسارات سواء عن طريق الهاتف (Call Center) أو الاستبيان، وهناك فئة من شرائح المجتمع لدينا لا يبالون بالدراسات الاستطلاعية حتى إن بعضهم لا يبذلون أدنى جهد في تعبئة أدوات الدراسة الاستطلاعية ظناً منهم أن هذه الدراسات لا تخدم إلا أهدافها، وهذا الظن يجب أن يتغير عند الجميع، ويجب وضع الثقة في مراكز الدراسات الاستطلاعية والاستراتيجية، وأن نتعاون معها في تعبئة الاستبيانات المخصصة لتلك الدراسات، وأن تكون لدينا ثقة كاملة في نتائج مراكز الاستطلاعات العامة وما تتوصل إليه من نتائج؛ لأن ذلك يعطي الثقة لتلك المراكز في تنفيذ كثير من الدراسات الاستطلاعية المستقبلية التي تشمل معظم قضايانا الفكرية والاجتماعية والتربوية وغيرها. ومن فوائد الدراسات الاستطلاعية أنها تساعدنا على التنبؤ بالمستقبل بطريقة عقلانية وموضوعية من خلال قياسات الرأي العام فهي تساعد صاحب القرار سواء في السلطة العليا أو على المستوى الحكومي والخاص على اتخاذ القرارات المتوازنة لحل كثير من المشكلات ومواجهة الصعاب إن وجدت، ويصبح العمل مرسوماً وفق سياسات واستراتيجية مدروسة دراسة جيدة تجنبهم الأخطاء والمجازفات والوقوع في منعطفات خطيرة قد تعترض سعيهم مستقبلاً، ويُعد التركيز على الدراسات التنبؤية من أخطر أنواع الدراسات لأن أي خطأ قد يصدر أثناء قياس مجتمع ما أو دراسة مواضيع مهمة يكون كارثياً ومؤثراً سلباً على الاستراتيجيات المستقبلية؛ لذلك فإن مراكز الاستطلاعات يجب أن تكون متميزة في أدائها وأن تعمل على الوصول إلى

10

الثقة

كسب

ولابد للمراكز الاستطلاعية أن يكون لديها فهم كبير لطبيعة المجتمع المراد دراسته، وأن يكون هناك إدراك لجميع الجوانب السيكولوجية والنفسية لجميع الشرائح المستهدفة حتى تتمكن تلك المراكز من قياس أي قضية ما بطريقة مناسبة وناجحة وهذه هي الطريقة الأنجع والأسلوب الأفضل والمتبع في قياسات الرأي العام، وكذلك تحديث قواعد البيانات والمعلومات ومصادرهما بصفة دائمة؛ لضمان سير العمل الاستطلاعي وفق منهجية علمية رصينة تؤدي إلى نتائج واقعية.

2- أنواع بحوث قياس الرأي العام: هناك عدة طرق لقياس الرأي العام منها:

1- الاستفتاء: وهو عبارة عن مجموعة من الاختبارات والطرائق القصد منه الوقوف على الرأي العام، وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من جمهور الرأي العام، يتم اختيارها بدقة بالغة، وتوجه إليها العديد من الأسئلة التي تحوي موجزا كاملا عن المشكلة المراد قياس اتجاهات الرأي العام حيالها.

ويتم سؤال الأفراد إما بتسليمهم استمارة الاستفتاء شخصيا أو ترسل إليهم بالبريد لاو تذاع على الجمهور عن طريق أجهزة الإعلام، وتشعر بعد ذلك في دراسة الإجابات واستخلاص النتائج عن طريق إحصاءات رياضية، أو رسوم بيانية أو غيرها من الطرائق المختلفة¹¹.

ويمر الاستفتاء بعدة مراحل وهي¹²:

▪ الخطة العامة: وهي عبارة عن وضع رؤية عامة للمشكلة التي يريد الباحث قياس الرأي العام حيالها، وتتم دراسة هذه المشكلة بعناية فائقة، وتوضع الافتراضات المتنوعة عن إمكانية تنفيذ خطة الاستفتاء حسب طبيعة المشكلة، ثم اختيار أنسب وسيلة للبحث سواء عن طريق التسجيل الذاتي، وأدائها استمارة الاستفتاء، ويقوم الفرد بنفسه بملئها للرد على الأسئلة، وإما عن طريق وسيلة الأداء الشفهي وأدائها كشف البحث وهو الذي يقوم الباحث القائم بالقياس بملئه بنفسه عن طريق الاتصال بالأفراد.

▪ تصميم استمارة الاستفتاء: وهي من أصعب مراحل قياس الرأي العام بطريقة الاستفتاء، حيث أن الدقة في اختيار الأسئلة وطريقة إعداد الاستمارة، وما تتضمنه من بساطة ووضوح ومراعاة نفسية وظروف الأفراد الموجهة إليهم هذه الاستمارة، يكون لها أثر كبير في صحة أو عدم صحة النتائج المستخلصة من عملية الإجابات على هذه الأسئلة.

▪ اختيار العينة: ويتم ذلك بمراعاة التعداد العم لجمهور الرأي العام وطبيعة هذا الجمهور، من حيث السن والثقافة والوضع الاقتصادي والاجتماعي وغير ذلك من الاعتبارات حتى تكون العينة ممثلة لكافة فئات جمهور الرأي العام المراد تطبيق القياس عليه.

- **تبويب البيانات:** بعد جمع البيانات في استمارة الاستفتاء، يتم تبويب هذه البيانات والإجابة عليها بطريقة متجانسة، وذلك بتفريغها في قوائم خاصة، يتم إعدادها إما يدويا أو ب استخدام آليات إحصائية .
 - **تحليل البيانات:** في هذه المرحلة يقوم أخصائيو قياس الرأي العام بعمليات تحليل البيانات التي تم تجميعها وتدوين الملاحظات عليها وتفسير نتائجها، وتمثل هذه المرحلة الحويلة النهائية لعملية القياس والتوضيح النهائي لرغبات وميولات الجمهور .
 - **إعداد تقرير بالنتائج:** يقوم الأخصائيو بعد ذلك بإعداد تقرير نهائي لنتيجة القياس يوضح الملاحظات والتوصيات والنتائج التي تم التوصل إليها، واتجاهات الرأي العام تجاه المشكلة المطروحة، ويجب أن يتضمن التقرير كافة الخطوات التي تمت من خلالها عملية القياس والظروف التي صاحبته، والعقبات التي تكون قد واجهتها عملية القياس، ومدى الإقبال من الرأي العام على الاستجابة للإدلاء باتجاهاتهم حول هذه المشكلة المراد قياسها، ويتم رفع التقرير للمختصين لاتخاذ قراراتهم حول المشكلة العامة المطروحة على ضوء نتائج قياس اتجاهات الرأي العام حيالها¹³.
- 2- طريقة المسح:** تستخدم هذه الطريقة في دراسة الظواهر، لتحديد طبيعتها، ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووظائفها، وذلك بجمع الحقائق عن الظاهرة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها، وتعد طريقة المسح أعم واشمل من طريقة الاستفتاء، لأنها تبين اتجاهات الرأي العام غير الظاهرة، لاعتبارات عديدة تأتي في مقدمتها عدم القدرة على التعبير عن هذا الرأي أولاً، ثم لعدم إمام الجمهور بموقف السلطة من الموقف أو الحدث الذي أثار انتباه الرأي العام ثانياً.
- وفي هذا النوع من القياس لابد من مراعاة المتغيرات التي لها تأثير بالموقف أو الحدث، كما أنه لابد من الوقوف على العوامل الأساسية الكامنة وراء ذلك، لذا من الضروري الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه، قبل البدء بتحديد المتغيرات المشتركة، وإحصاء الإجابات، وتحديد النسب المئوية لها، وتستخدم طريقة الملاحظة كلا من الملاحظة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات¹⁴.

ويمكن اعتبار المسوح الرأي العام أعم وأشمل من الاستفتاءات لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر والكامن (الخفي)، الذي لا يعلن عنه الجماهير لاعتبارات عديدة منها وجود حاكم تسلطي، أو الخوف من الجهر بهذا الرأي، أو عدم اكتمال المعلومات الكافية عن المشكلة العامة المطروحة، وعدم إلمام الرأي العام بما تعتمده السلطة نحو هذه المشكلة¹⁵.

3- **طريقة تحليل المضمون:** ارتبطت استخدامات تحليل المضمون بالدراسات الإعلامية والاتصالية بوصفها أداة وأسلوباً لتعرف المعلومات والتفسيرات من خلال الأنشطة الاتصالية المختلفة، وكان هذا الارتباط والنشأة قد تولد تبعاً للحاجة الماسة التي فرضتها منهجية علوم الإعلام، وتعقيداته منذ بواكير القرن العشرين، وتحديدًا بعد طغيان الصفة الجماهيرية عبر الوسائل لتشكيل الخطاب الجمعي الجماهيري.

وكانت المحاولات الأولى لاستخدام تحليل المضمون من خلال ما قام به الباحثان **ليمان وتشارلز** من خلال قيامهما بتحليل عينة من المادة الإخبارية المنشورة في جريدة نيويورك تايمز، وقد تصاعد هذا النمط من الدراسات بعدما ظهرت إمكانية الضبط والسيطرة على عوامل التحليل واستحكاماته وجدواه في الوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها، وكانت مدرسة الصحافة في جامعة كولومبيا قد اهتمت بتحليل المضمون اهتماماً واسعاً وكبيراً في ثلاثينات القرن الماضي، للعديد من الصحف الأمريكية بالإضافة إلى الدراسات التحليلية المتخصصة كدراسة **جوليات وإدواردز** حول الأخبار الخارجية في الصحف الصباحية الأمريكية¹⁶.

وتستخدم هذه الطريقة في حال تعذر اتصال الباحثين بالمبحوثين بصورة مباشرة للتعرف على اتجاهاتهم وآرائهم وأفكارهم واستجاباتهم من خلال الملاحظة والمقابلة والاستبانة وغيرها، لذا يلجأ الباحثون لأية طريقة بديلة غير تقليدية من خلال دراسة نصوص التعبير الشفهي أو التحريري، ويستخدم هذا الأسلوب في مجالات أخرى متعددة، لتؤدي دوراً مهماً في عملية البحث العلمي ولتقود للتعرف على الاتجاهات والآراء سواء كانت رسائل موجهة عبر أجهزة الإعلام، أو مجرد رسائل ونصوص اعتيادية، إضافة إلى استخدامها كطريقة للتعرف

على ما تؤديه أجهزة الإعلام من وظائف تحقيقاً لأهدافها، وافترض ما يمكن أن تفعله في الجمهور من تأثيرات.

ويمكن تحديد بعض المجالات التي يستخدم فيها تحليل المضمون فيما يلي¹⁷:

- الكشف عن آراء واتجاهات الجماعات إزاء موضوعات مختلفة.
- المقارنة بين وسائل الإعلام الجماهيري من حيث موضوعاتها واتجاهاتها وأهدافها.
- قياس تطبيق وسائل الاتصال للمعايير والأسس الإعلامية والثقافية والفنية.
- تشخيص خصائص الأسلوب الأدبي أو الصحفي من خلال تحليل الرسائل المختلفة.
- التعرف على الوضع النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات في الأوضاع الطارئة والاعتيادية، من خلال تحليل الرسائل التي يعبرون بها عن أنفسهم بأي شكل من الأشكال.
- الحصول على افتراضات حول تأثير وسائل الاتصال على الجمهور.
- تعرف الدولة على نوايا الدول الأخرى وأهدافها وبخاصة في حالات الصراع والحروب، إذ يسعى كل طرف إلى تحليل الوثائق والتصريحات والخطب وما تنشره وسائل الإعلام حول الطرف الآخر، إضافة إلى ذلك يمكن التعرف على القيم والمعارف ومدى تحقيق الأهداف والآثار التي تحملها الكتب والمناهج والأدبيات التربوية والثقافية وغيرها.

المحاضرة السادسة: مشكلات قياس الرأي وأخلاقياته

تهدف هذه المحاضرة إلى تعريف الطالب بمشكلات قياس الرأي العام خاصة في الدول النامية، ورصد أهم

الأخلاقيات المنظمة لممارسة مهنة قياس الرأي العام في العالم

1- **مشكلات قياس الرأي العام:** تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية مجموعة من المشكلات منها¹⁸:

- نقص المعلومات كما وكيفا المتاحة للأفراد في الدول النامية، على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي، فمن لا معلومات عنده لا رأي سديد له، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات والإنفجار المعلوماتي.
- النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية.
- تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام، فتزايد نسب الأمية نتيجة لتزايد أعداد السكان يحول دون التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة، بالإضافة إلى الخصائص الأخرى التي توجد في الدول النامية، منها السطحية، وعدم العمق، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة، وكبر شرائح الرأي العام المتطرفة، لضعف أو حتى اختفاء القوى الاجتماعية الوسيطة، خصوصا الطبقة الوسطى وانتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصلة، وليست متصلا له درجات، ويضاف إلى ما سبق أن انخفاض الدخل يحد من شراء وسائل الإعلام المختلفة والتعرض للإنترنت من ناحية والتعدد على جدران السينما من ناحية أخرى والمركزة في العواصم والمدن الكبرى على الأغلب.

■ يحول النقص الواضح في الموارد المالية في الدول النامية دون إجراء قياس الرأي العام بطريقة علمية دقيقة لما يتطلبه الأمر من تكاليف باهضة وأجهزة تكنولوجية متقدمة.

■ كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس رأي العام وفي مقدمتها: التشكيك في أهمية قياس الرأي العام، انخفاض الوعي بأهمية استطلاعات الرأي العام، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، كثرة ظهور فئة اللارأي، صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المدربين والأمناء لجمع البيانات.

2- محاولات أخلاقية دراسات استطلاعات وقياسات الرأي العام:

يتميز مجال قياس الرأي العام عن غيره من مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى بأسبقية الاهتمام بوضع موثيق أخلاقية ومواكبة الاهتمام بالمبادئ والمثل الأخلاقية فيه، ففي الوقت الذي أعلن فيه عام 1936 عن البداية العلمية لقياس الرأي العام على حد قول روبرت أيدجرافى كانت المؤسسة الأكاديمية والعلماء المتخصصين في مجال الرأي العام ورواده الأوائل يقيمون علميا وأخلاقيا استطلاع الرأي العام الذي أجرته صحيفة Litrary Digest في محاولة لفهم أسباب فشل هذه الصحيفة في التنبؤ بنتيجة انتخابات الرئاسة الأمريكية¹⁹، هل ترجع الفشل إلى قصور منهجي أم أنه كان يخفي أهدافا سياسية، وقد قدم هؤلاء كما معتبرا من الكتابات والدراسات التي تناولت هذا الاستطلاع والنقد القاسي والموضوعي في الوقت ذاته والذي أبرز الأخطاء المنهجية والتجاوزات الأخلاقية الأمر الذي أدى في النهاية إلى فقدان الصحيفة لمصداقيتها وبالتالي للمكانة التي كانت قد نجحت في اكتسابها في السنوات السابقة، بل وأرغمت على التوقف عن نشاطها في مجالا استطلاعات الرأي العام ثم انسحابها تماما من المجال الصحفي²⁰.

وقد استحوذت استطلاعات الرأي العام على منذ بدأ ممارستها على اهتمام الباحثين والعلماء المتخصصين والأكاديميين، محاولين تنظيم العمل في هذا المجال، سواء وفق موثيق أو معايير أو قواعد أخلاقية، أو خضوعا لقوانين وقرارات حكومية معينة، وهنا يمكننا التمييز بين ثلاثة تيارات رئيسية²¹:

❖ التيار الأول: ويبالغ في الدور الذي يمكن أن تقوم به قياسات الرأي العام في دعم الديمقراطية والحفاظ على استمرارها، بحيث أطلق عليه البعض تعبير السلطة الخامسة، ويرفض هذا التيار تماما أي تدخل من جانب السلطة بوضع قيود أو عراقيل على قياسات الرأي العام واستطلاعاته، مع ترحيب البعض منهم بوضع معايير هامة لترشد القائمين على القياس، ولتمكين الجمهور العام قبل جمهور المتخصصين من الحكم على جودة ونوعية استطلاعات وقياسات الرأي العام، بينما يرفض البعض الآخر تماما فكرة المعايير أو المواثيق الأخلاقية تحت شعار الحرية، وهم عادة من مستطليعي الرأي العام غير الأكاديميين، الذين يعملون لمؤسسات تجارية، أو يعملون لحسابهم الخاص.

❖ التيار الثاني: ويقف موقفا عدائيا من استطلاعات الرأي العام، وقد انطلق هذا الموقف في الدول الليبرالية من منطلق الخشية من إساءة استخدام استطلاعات وقياسات الرأي العام أو استغلالها بما يهدد قيم الديمقراطية، ومن ثم فهم يرون أنه لا ضرورة لقياس الرأي العام خاصة وأن هناك مؤسسات نيابية منتخبة وهي صاحبة الحق في تمثيل الناخبين والتعبير عن آرائهم، وتقدير احتياجاتهم ومصالحهم، فضلا عن وجود مؤسسات إعلامية يمثل الرأي العام جوهر وظيفتها، ومن أكثر الجهات التي دافعت عن هذا الرأي المؤسسات السياسية والمؤسسات التشريعية، إضافة إلى بعض المنتمين إلى المؤسسات الصحفية، ولا يزال هذا الموقف سائدا في العديد من الدول التي تسيطر عليها النظم الشمولية والتسلطية، إذ ترى أنه إن كانت هناك ضرورة لاستطلاعات الرأي، فإنها يجب أن تكون خاضعة لرقابة السلطة.

❖ التيار الثالث: وهو تيار يدرك أن قياسات الرأي العام واستطلاعاته كأداة من أدوات الديمقراطية وآلياتها، يمكن استخدامها لدعم الديمقراطية، كما يمكن استخدامها في الوقت نفسه لتهديدها. ومن ثم ينطلق أصحاب هذا الاتجاه وغالبيتهم من المؤسسات الأكاديمية أو من الرواد البارزين في مجال قياس الرأي العام من منطلق الحرص على استمرار قياسات الرأي العام، مع الاحتفاظ بوضعها العلمي في مجال العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، وتأكيدا لمصداقيتها لدى الجمهور ورفض تدخل الدولة لوضع قيود عليها.

وقد عكست الاتجاهات الحديثة في دراسات الرأي العام اهتماما بالغا بما يطلق عليه " الإطار القيمي " الحاكم لها، والأخلاقيات المنظمة لاستطلاعاتها، رغم وجود قواعد منهجية ومبادئ أخلاقية فيما يشبه الكشف الحسابي العام *Public Audit* الذي يمكن بمقتضاها مراجعة كافة مراحل إجراء استطلاعات الرأي العام، فقد نادى المحدثون إلى التأكيد على قضية أخلاقيات دراسات واستطلاعات الرأي العام من عبر السير في اتجاهين أساسيين، الأول يعمل على تنمية الأساليب المنهجية التي من شأنها رفع المكانة العلمية لقياسات الرأي العام، والثاني يجتهد لوضع المواثيق الأخلاقية التي ينبغي أن يلتزم بها القائمون على استطلاعات الرأي العام²².

وفي هذا الصدد نذكر جهود الرابطة الأمريكية لبحوث الرأي العام *AAPOR* والجمعية الأوروبية لبحوث الرأي والتسوق *ESOMAR* ومجلس منظمات البحث المسحي الأمريكي *CASRO* كما أكدت بعض الاتجاهات أيضا على إعادة طرح فكرة تقييد أو ضبط ممارسة مهنة قياس الرأي العام، كما يحدث في غالبية المهن للحصول على شهادة أو ترخيص للممارسة، وبهذا يمكن استبعاد غير المؤهلين علميا للقيام بهذا العمل، أو غير ملتزمين أخلاقيا بشروط الممارسة المهنية في هذا المجال، ورغم الجهود الكبيرة المبذولة في هذا المجال، يمكن القول بأن قياس الرأي العام على الساحة العربية وحتى العالمية تشوبه الكثير من التجاوزات المنهجية، فضلا عن التجاوزات الأخلاقية، الأمر الذي يهدد مستقبل الدراسات العلمية والاستطلاعات بصدد ظاهرة الرأي العام في مختلف المجتمعات وليس فقط المجتمعات النامية²³.

وفي هذا الإطار ترصد بعض الدراسات قضية تأثير القيم المرغوبة اجتماعيا على نتائج استطلاعات الرأي العام، حيث تميز في هذا الإطار بين نوعين من التوجهات، المثالية أو الأسطورية في مقابل الواقعية/ البراجماتية، الأولى مسؤولة على التكيف النفسي والسياسي للفرد مع البيئة، وغالبا ما تنشط عندما يتم تحديد اتجاهات الرأي العام تجاه الموضوعات ذات الأهمية الاجتماعية، مثل القضايا العنصرية وقضايا الرفاهية، والدين، إذ أن الكثير من المبحوثين يجيبون على الأسئلة بناء على إدراكهم للقيم المقبولة اجتماعيا، فعندما تم

سؤال بعض الناخبين في الولايات المتحدة الأمريكية عن العنصرية كمعيار للتصويت صوتوا على أساس أن الغجابه بالنفي، إلا أن الممارسة كشفت أن حقيقة مختلفة تماما، كما أن ذلك ينطبق على ريهام العام إزاء القضايا السياسية الحساسة في إطار النظام القيمي الأمريكي، وتناقش بعض الاتجاهات الحديثة للرأي العام ما إذا كان ذلك راجع لتحيزات تغطية وسائل الإعلام أو خصائص الجمهور، وتميل معظم الدراسات إلى تأكيد وجود مجموعة من الصور النمطية أو المحدودة عن بعض القضايا أو المجموعات هي التي تحدد اتجاهات الرأي العام، وتؤكد أن الإطار القيمي قد يتخطى تأثيره إلى الموقف السياسي كالمشاركة السياسية والشعور بجداولها وتناقش معضلة العلاقة بينها وبين الانقسامات العرقية داخل الرأي العام، وكيف أن الأمريكيين من أصول لاتينية مثلا يرون أن التصويت سلوك رمزي أكثر من كونه أداة للتغيير، وتناقش هذه الدراسات ذلك في إطار كيف أن منظومة القيم تحدد الهوية، وبدورها تحدد الموقف²⁴.

الموامش:

- ¹- صبحي عسيلة، الرأي العام، الموسوعة السياسية للشباب، دار النهضة، مصر للطباعة و النشر، الجيزة، 2007، ص 61.
- ²- المرجع السابق، ص 62.
- ³- عاطف عدلي العبد، نهى عدلي العبد، الرأي العام و الفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص - ص 56. 57.
- ⁴- عاطف عدلي العبد، بهى عدلي العبد، الرأي العام و الفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 57.
- ⁵- مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، 2005، ص 135.
- ⁶- محمد شومان، إشكاليات قياس الرأي العام العربي، متاح على الرابط www.aljazeera.net/amp/knowledge.
- تاريخ الزيارة، 4 مارس 2018 على الساعة 14:00
- ⁷- سمير محمد حسين، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، م س ذ، ص-ص 91-92.
- ⁸- محمد منير حجاب، م س ذ، ص-ص 142-143.
- ⁹- للمزيد أنظر: قياس الرأي العام، متاح على الرابط الإلكتروني:
- https://uomustansiriyah.edu.iq/.../8_2018_01_15/09_34_26_PM.d، تاريخ الزيارة، 13 جانفي 2018، 14.30
- ¹⁰- محمد الشويعر، مؤشرات الرأي العام، متاح على الرابط: <http://www.alsharq.net.sa/2013/04/26/816002> تاريخ الزيارة 2018/01/17، 21:00.
- ¹¹- حسن أحمد ابن عوف، الرأي العام مفهومه وأساليبه قياسه، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2016، ص 72.
- ¹²- عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 112.
- ¹³- حسن أحمد ابن عوف، الرأي العام، مفهومه وأساليبه قياسه، م س ذ، ص - ص 73، 78.
- ¹⁴- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005، ص - ص 250، 251.
- ¹⁵- عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات الرأي العام، م س ذ، ص 267.
- ¹⁶- حسن أحمد أبو عوف، م س ذ، ص - ص 79، 80.
- ¹⁷- المرجع السابق، ص - ص 81، 82.
- ¹⁸- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص - ص 62، 63.
- 19 - رغم نجاح الاستطلاع الأول الذي أجرته الصحيفة المذكورة عام 1916 والذي نجح في توقع فوز وودر ويلسون في الانتخابات الأمريكية، إلا أنه وبعد 20 سنة وفي استطلاع آخر قامت به نفس الصحيفة كان بمثابة الضربة القاضية التي أودت بمصداقية ال Digest حيث توقعت وقبل انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1936 بأسبوع واحد فوز ألف لاندون حاكم

كنساس والمرشح الجمهوري على فرنكلين روزفلت ، وهو ما لم يحدث حيث أن النتيجة التي تحصل عليها لاتدون في الانتخابات كانت ضمن الأسوأ في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، حيث لم يفز إلا في ولايتين فقط وهما ولاية مين وولاية فيرمون، بينما حقق روزفلت نجاحا كاسحا.

²⁰- ناهد صالح وآخرون، قياس الرأي العام في المنهج والأخلاق، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة،

1994، ص 2

²¹- المرجع السابق، ص-ص 3،4.

²²- نفسه، ص ص 6-7.

²⁴- المرجع السابق، ص-ص 418، 419.

المحور الثالث:

أدوات قياس الرأي العام

المحاضرة السابعة: الملاحظة واستخداماتها في دراسات الرأي العام

تهدف هذه المحاضرة إلى تعريف الطالب على أسلوب العينات وأنواعها الرئيسية وأساليب اللجوء إليها. كما يهدف المضمون هنا إلى مناقشة المفاهيم الأساسية حول موضوع العينات

إن الملاحظة عملية مستمرة في حياتنا اليومية ، فنحن نلاحظ ثم نتخذ قراراتنا في ضوء ملاحظتنا، نلاحظ إشارات المرور ثم نتوقف أو نسير...، وتعتبر الملاحظة من الوسائل المستخدمة في عملية جمع البيانات والحقائق التي تمكن الباحث من تحديد مشكلته ومعرفة عناصرها، وتكوين فرضياته والتحقق منها، فالملاحظة أداة صالحة لإدراك وفهم الظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية وغيرها.

1- تعريف الملاحظة: يعرف البعض الملاحظة بأنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة معينة بالاستعانة بأساليب البحث من الدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة، وهذا هو المعنى العام للملاحظة وكذلك يستخدم هذا المصطلح نفسه بمعنى خاص، فيطلق على الحقائق المشاهدة التي يقررها الباحث في فرع خاص من فروع المعرفة.

ومن هنا يتضح أن الملاحظة التي نقصدها هي الملاحظة العلمية وتختلف من الملاحظة العادية في :

- أنها تخدم البحث العلمي.
- تسجل تسجيلًا منظمًا لبيان العلاقة بينهما و بين ظواهر عامه فهي ليست ملاحظه للمتعة.
- منظمه في وقائية على تصميم لخططها فهي ليست مجرد ملاحظات عشوائية.
- أنها عرضه للتحميم لبيان صدقها وصحتها.

فإذا ما توفرت هذه العناصر، فإنه يمكن تسميتها بالملاحظة العلمية والملاحظة العلمية الرفيعة هي نقطة البداية في بحوث طريقة العمل مع الجماعات¹.

وتعني الملاحظة باللغة الإنجليزية (*observation*) وان كان هناك عدد من الباحثين والعلماء يفضلون ترجمتها بالمشاهدة، وعلى الرغم من وجود العديد من المحاولات والاجتهادات لتحديد أنواع الملاحظة وأساليبها إلا أن الاختلافات بينها ضئيلة نسبياً².

تعتبر الملاحظة من أول الوسائل التي عرفها الإنسان للتعلم ولجمع المعلومات والبيانات عن البيئة، وهي أداة لا تزال تستخدم حتى الآن في الحياة اليومية في البحوث والدراسات، وهي تعتمد على حواس الإنسان مثل السمع والبصر والشم والتذوق والشعور، ومن خلال المشاهدة والمتابعة يقوم الباحث أو الملاحظ بالتعرف على الظاهرة أو على الأحداث التي تحصل طبقاً لموضوع معين.

لذلك يجب علينا استخدام الملاحظة كأداة لجمع بيانات الدراسة:

- في حالة القيام ببحث موجه أو لمتابعة أحداث معينة أو التركيز على أبعاد محددة دون غيرها. فنستخدم الملاحظة في هذه الحالة لأن الإنسان يستطيع التمييز بين الأشياء ذات الصلة والأشياء غير ذات الصلة وانتقاء ما يلزم من معلومات والتركيز عليها.

- كذلك يجب علينا استخدام الملاحظة كأداة لجمع بيانات الدراسة في حالة رصد السلوك الاجتماعي في المواقف الطبيعية، حيث يمكن للمقابلة أو للاستبيان أن يؤثر على إجابات المبحوثين في محاولة لإرضاء الباحث أو لإخفاء معلومات لا يرغبون في التعبير عنها.

- يجب على الباحثين استخدام الملاحظة كأداة لجمع بيانات الدراسة في بعض حالات البحوث التجريبية، ففي كثير من الأبحاث يتم عمل مجموعات ضابطة ومجموعات تجريبية، ويتم فيها رصد الاختلافات بين المجموعتين باستخدام أداة الملاحظة، وذلك يضمن للباحث التحكم في البيانات المستقبلية ورصد الاختلافات بشكل فعال. وبالإضافة لذلك ففي الحالات التي يرغب فيها الباحثون في الحصول على معلومات نوعية

وليس كمية فيتوجب عليهم استخدام الملاحظة كأداة لجمع بيانات الدراسة، خاصةً وأن الملاحظة يتم فيها وصف المعلومات والبيانات بطريقة تفصيلية وتعكس مختلف التأثيرات التي تصاحب وقوع السلوك بصورة حية.

- في حالات أخرى، يجب عليك استخدام الملاحظة كأداة لجمع بيانات الدراسة في بعض المجالات البيولوجية، كملاحظة تغيرات معينة في عينات الاختبار، أو ملاحظة سلوك كائنات مجهرية، أو ملاحظة تأثير مركبات معينة على أنواع مختلفة من الفيروسات، وفي هذه الحالة تعتبر الملاحظة هي الأداة الوحيدة التي يمكن من خلالها جمع البيانات.

2- الملاحظة العلمية كأداة لجمع البيانات في بحوث واستطلاعات الرأي العام: تعتبر الملاحظة أداة علمية

لجمع البيانات والمعلومات في استطلاعات الرأي العام إذا توافرت فيها مجموعة من الشروط منها³:

- أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس لمجرد فضول أو استطلاع غير هادف.
- أن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلًا دقيقًا وتخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها.

3- إيجابيات الملاحظة في جمع بيانات استطلاعات وبحوث الرأي العام: تتميز الملاحظة بعدة إيجابيات في

هذا المجال نذكر منها:

- أنها تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة، وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة، وتسلم من التحريف.
- كما أن كثيرا من الموضوعات مثل الشائعات والنكت والعادات والتقاليد الاجتماعية وطرق التعامل بين الناس وبعض عادات التعرض لوسائل الإعلام يكون من الأفضل رصدها عن طريق الملاحظة إذا أريد الكشف عن خصائصها .
- كما تسهم الملاحظة في التعرف على ردود الأفعال بالتعبير الحركي مباشرة.

- لا تتطلب الملاحظة من الأشخاص موضع المراقبة أن يقرروا شيئاً وهم في كثير من الأحيان لا يعلمون أنهم موضع ملاحظة من قبل الباحثين.
- تمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم قولاً أو كتابةً، كالأطفال والبكم، كما تفيد في دراسة الأثر الانفعالي لبعض البرامج التلفزيونية لدى جزء هام من قطاعات الرأي العام النوعي وهم الأطفال.
- الملاحظة هي أداة صالحة لقياس فاعلية العملية التربوية في تحقيق الأهداف والغايات المرسومة لها حيث يمكن عن طريق الملاحظة رصد آراء وسلوك وتصرفات التلاميذ مثلاً وتعاملاتهم.
- مثال: إجراء دراسة باستخدام الملاحظة حول اتجاه الطلبة نحو البرامج التلفزيونية التعليمية، (رصد آراء واتجاهات وسلوك المبحوثين)
- يمكن للملاحظة أن تقود الباحث إلى التأكد من صدق ما يدلي المبحوث، كأن يقول المبحوث بأنه مهتم بالمضامين الصحية في برنامج معين، لكن ملاحظة الباحث لسلوكيات هذا المبحوث تقول عكس ذلك⁴.
- 4- سلبيات الملاحظة كأداة لجمع البيانات في بحوث الرأي العام:** رغم الميزات السابقة الكر إلا أن هناك مجموعة من السلبيات التي تتسم بها الملاحظة كأداة لجمع البيانات في بحوث الرأي العام، ينبغي التعرف عليها من أجل تلافيها :
- صعوبة التنبؤ مسبقاً بوقوع حادث معين، ففي معظم الحالات يجب أن ننتظر حدوث الظاهرة لنلاحظها، وفي كل الظواهر التي تحدث في حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة تحول دون متابعتها أو ملاحظتها، وهكذا تكون الملاحظة مضيعة للوقت من ناحية، ومكلفة مادياً من ناحية أخرى.
- لا تفيد الملاحظة في التوصل للبيانات عن المعتقدات والدوافع ، ولا تجيب بشيء صريح عن الماضي لاستحالة التطبيق العملي لملاحظة أشياء حدثت في الماضي، كما يصعب تمثيل العينة التي تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله، وبالتالي لا يمكن تعميم نتائجها، وهو ما يستهدف أساساً من إجراء بحوث الرأي

العام، كما يصعب تطبيقها على عينات كبيرة من الجماهير لأنها تقيد أكثر في دراسة الأفراد والمجموعات الصغيرة، وفي استطلاعات الرأي العام يتعامل الباحث مع جماهير عديدة ومتنوعة.

■ من النادر أن تخلو الملاحظة من التحيز، فالنتائج التي نصل إليها عن طريق تطبيقها يغلب عليها الطابع الشخصي إلى حد كبير، لأن كل فرد منا يتلقى الأحداث بحسه الخاص ، لذلك تختلف نتائج الملاحظة باختلاف الملاحظين من حيث القوة أو ضعف الحواس، ومن حيث قدرتهم أو عجزهم على تأويل هذه الملاحظات تأويلاً علمياً صحيحاً، كما أن الملاحظين ليسوا سواء من حيث الدقة والمهارة في إدراك التفاصيل الجوهرية وتمييزها عن غيرها⁵.

■ تواجدها بين المبحوثين له أثر سلبي، يتمثل في إمكانية تعديل سلوكهم من سلوك طبيعي إلى سلوك مصطنع أو متكلف، مما يجعل المعلومات التي يسجلها الملاحظ لا تتصف بالواقعية.

■ تقل قيمة الملاحظة في حالة رصد الظواهر المعقدة حتى وإن استخدم الباحث أدوات الملاحظة.

■ تأثر السلوك المراد ملاحظته بالعوامل المحيطة به، الأمر الذي يجعل المبحوثين ينجحون سلوكاً غير سلوكهم الطبيعي.

■ حاجة الملاحظة إلى الوقت الطويل عند تطبيقها⁶.

5- شروط الملاحظة الجيدة في بحوث الرأي العام: وأهمها⁷:

■ أن تكون الملاحظة شاملة كاملة، بمعنى أنه من الواجب أن يلاحظ المرء كل العوامل التي قد يكون لها أثراً في إحداث الظاهرة، لأن إغفال بعض العوامل قد يؤدي أحياناً إلى عدم معرفة بعض الظواهر من حيث العوامل التي أدت إلى إيجادها فعلاً، أو من حيث ارتباطها بغيرها، ولذلك يجب الانتباه الدقيق أثناء الملاحظة لأهم العوامل والجوانب التي توضح الظاهرة محل الملاحظة.

■ يجب تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسي الدقيق، ولذلك يشترط أن يكون الملاحظ متمتعاً بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه إلى ملاحظته ملاحظة دقيقة، وأن يكون خالياً من المعوقات

الوقتية التي ترجع إلى تعب طارئ أو تناول بعض العقاقير، ومن المعوقات الخلقية للحواس كالعَمى أو الصمم.

- يجب أن تكون الأشياء المراد ملاحظتها مما يمكن ويسهل إدراكه حسيًا، من حيث الحجم ودرجة الثبات، والتنظيم والشدة والبعد والسرعة.
- على الملاحظ أن يكون متفرغًا أثناء عملية الملاحظة، وأن لا يكون لديه أثناءها أي شغل آخر سوى اتخاذ الحيطة اتجاه أخطاء الملاحظة التي قد تحول دون إجراء الملاحظة.
- الاستعانة بالأجهزة والآلات والمعدات الحديثة كلما قصرت الحواس المجردة عن الإدراك، لسد نقص الحواس وتقويتها، أو اكتشاف ظواهر لا يمكن أن تكتشف بالحس المجرد.
- أن يتلقى الملاحظ تدريبًا جادا على عملية الملاحظة لتنمية قدراته ومهاراته.

6- أنواع الملاحظة في بحوث الرأي العام واستطلاعاته:

تنقسم الملاحظة من حيث درجة الضبط إلى:

▪ الملاحظة البسيطة: Simple Observation

هي التي تستخدم غالبا في البحوث والدراسات الاستكشافية، والتي لا يكون للباحث حولها معلومات كافية، أو دراسة حالة دون أن يكون لدى الباحث مخطط مسبق لنوعية المعلومات والسلوك الذي سيخضعه للملاحظة، وتستخدم هذه الملاحظة في الظروف العادية دون إخضاع الظاهرة موضع البحث للضبط، ودون استخدام الأدوات المادية الميكانيكية كالمسجلات والكاميرات⁸.

وتطلق على الملاحظة السريعة التي يقوم بها الإنسان في حياته العادية وترتبط بالنظر والاستماع دون المشاركة الفعلية فيه، كملاحظة أداء الأشخاص لمهمة معينة أو عند اجتماع معين أو ما شابه، وهي ملاحظة عرضية لا تهدف إلى الكشف عن الحقائق، وتأتي دون ضبط علمي أو اتخاذ إجراءات معينة⁹.

Systematic Observation: الملاحظة المنتظمة

وهي التي يحدد الباحث فيها نوع البيانات المراد جمعها حول الظاهرة موضع الدراسة، وتمتاز هذه الملاحظة بتوافر شروط الضبط فيها، وتحدد فيها زمان ومكان الملاحظة بشكل مسبق. وتستخدم هذه الملاحظات غالبا في الدراسات الوصفية واختبار الفرضية¹⁰.

وتختلف الملاحظة المنظمة عن الملاحظة البسيطة من حيث أن الملاحظة المنظمة تخضع للضبط العلمي سواء كان ذلك بالنسبة للقائم بالملاحظة أو بالنسبة للأفراد الذين يتم ملاحظتهم، أو بالنسبة للأفراد الذين تتم ملاحظتهم، أو بالنسبة للموقف الذي تجرى فيه الملاحظة، كما أنها تنحصر في موضوعات محددة سلفا وتقتصر على إجابة الأسئلة أو التحقق من الفروض التي وضعها الباحث.

وتتم الملاحظة المنظمة إما في مواقف طبيعية بالنسبة للبحث وذلك بنزول الباحث بنفسه إلى حيث توجد الظاهرة التي يدرسها على طبيعتها، أو بملاحظتها في جو المعمل الصناعي، وكلما كان الموقف طبيعيا كانت النتائج أدق، لأن كثيرا من الظواهر يتغير إذا لوحظ في جو المعمل الصناعي.

ومن الوسائل المستخدمة في الملاحظة المنظمة¹¹:

▪ المذكرات التفصيلية والتي يمكن عن طريقها فهم الظاهرة المدروسة والوقوف على العلاقات القائمة بين أجزائها.

▪ الصور الفوتوغرافية لتحديد جوانب الموقف الاجتماعي كما يبدو في صورته الحقيقية.

▪ الخرائط لتوضيح العلاقة بين البيئة الجغرافية وبين التنظيمات الاجتماعية القائمة بمجتمع الدراسة، كتوزيع السكان بالنسبة للموارد الطبيعية،...

وأهم خطوات هذا النوع من الملاحظة هو¹²:

▪ تحديد السلوك المراد ملاحظته ومن ستتم ملاحظتهم.

▪ تحديد الزمن الذي سوف تجمع البيانات فيه وهو ما يفيد في ثبات نتائج الملاحظة.

- إعداد دليل الملاحظة وهو الجدول أو الأداة التي سيسجل فيها الباحث مشاهداته عن السلوك الذي ستتم ملاحظته.
 - التأكد من صدق وثبات دليل الملاحظة، حتى يمكن الاطمئنان إلى أن تطبيقه سيؤدي إلى الحصول على المعلومات المطلوبة.
 - تدريب القائمين بالملاحظة في حالة الاستعانة بأكثر من ملاحظ حتى تكون النتائج على درجة كبية من المصادقية.
 - تسديل الملاحظات وفقا للزمن المحدد للتسجيل.
 - تفرغ البيانات والمشاهدات المسجلة حتى يمكن الاستفادة منها.
 - تحليل البيانات وتفسيرها.
 - الاستفادة من نتائج الملاحظة في تعديل ما يجب تعديله.
- ويمكن تقسيم الملاحظة من حيث دور الباحث في الظاهرة التي تتم ملاحظتها إلى:

الملاحظة بدون مشاركة: ويمكن اعتبارها ملاحظة بسيطة، فيها يقوم الباحث بدراسة الظاهرة موضع الدراسة عن كئيب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به الظاهرة، وهنا يقوم الباحث بأخذ موقف أو مكان معين ويراقب الظاهرة. وهي لا تتضمن أكثر من النظر والاستماع ومتابعة الظاهرة موضع البحث دون ما مشاركة فعلية. ومن أمثلة المواقف التي يمكن استخدام الملاحظة غير المشاركة فيها، مراقبة العمال في أماكن العمل عن بعد، وملاحظة سلوك مجموعة من الأطفال، ثم يقوم الباحث بتسجيل ما يراه ويسمعه دون علم المعنيين بالظاهرة، ومن أهم ما يميز هذه المقابلة هو أنها تهيئ للباحث ملاحظة سلوك الظاهرة الفعلي كما يحدث في الظروف الطبيعية ودون تصنع¹³.

وللملاحظة بدون مشاركة مزايا منها:

- أنها تهيئ للباحث فرصة ملاحظة السلوك الفعلي للجماعة في صورته الطبيعية دون تصنع أو تكلف منهم.

- تجنب الباحث الوقوع في أخطاء قد تصادفه إن استعان بأدوات أخرى لجمع البيانات.
- يكون الباحث أكثر موضوعية لأنه لا يتعاطف مع الأفراد الذين يقوم بملاحظتهم.

الملاحظة بالمشاركة: وهي الملاحظة التي يقوم فيها الباحث بدور العضو المشارك في حياة الجماعة التي

ينوي ملاحظتها، يعيش معهم ويشاركهم نشاطاتهم الاجتماعية والمهنية، تفاصيل حياتهم اليومية، ويقوم بعمل الأشياء التي يعملونها، ومن ضروريات نجاح هذا النوع من الملاحظات أن لا يكشف الباحث عن نفسه حتى يظل سلوك عينة الدراسة طبيعياً وعفويًا دون تكلف أو ارتياب، ومن أمثلة ذلك الدراسات التي يقوم فيها الباحث بملاحظة سلوكيات الناخبين وتوجهاتهم ونقاشاتهم، و الدراسات حول الأحزاب السياسية، والتي تتضمن دخول الباحث إلى هذه الجماعات وانتمائه إليها كعضو فعال دون أن تعلم الجماعة حقيقة هويته¹⁴.

ويعرفها Lapascade بقوبه بأنها الطريقة التي يشارك فيها الباحث في الحياة اليومية للمجموعة الاجتماعية

موضوع البحث، بهدف مضاعفة المعارف¹⁵

ومن مميزات الملاحظة بالمشاركة أنها:

- تعطي للباحث القدرة على دراسة المواقف التي لها دلالة بالنسبة للظاهرة التي يلاحظها، والتي قد لا يعرف عنها شيئاً قبل بدأ الدراسة، وذلك بغرض التعرف عليها.

- يتم تسجيل السلوك الذي يلاحظه هو وكما يراه أثناء فترة الملاحظة، وهذا يتضمن دقة التسجيل، وبالتالي دقة المعلومات.

لكن رغم ذلك هناك عيوب للملاحظة بالمشاركة أهمها:

- تتطلب وقتاً طويلاً.
- قد تتدخل عوامل وقتية تؤثر على السلوك أثناء الملاحظة وبذلك تكون النتائج غير صحيحة.
- بعض الملاحظين من المبحوثين قد يقومون بتغيير سلوكهم نتيجة شعورهم بأنهم تحت المراقبة والملاحظة.
- قد يفشل الباحث في الاندماج مع مجتمع الدراسة وبالتالي الفشل في جمع البيانات المطلوبة.

- الخوف من أن يندمج الباحث مع مجتمع الدراسة ويتعاطف معهم وبالتالي يتحيز في نقل المعلومات ويفقده الموضوعية.
- إطالة أمد الملاحظة من أجل الحصول على المعلومات اللازمة وهذا يعني زيادة في التكلفة¹⁶.
- ❖ **خطوات الملاحظة بالمشاركة:** ويمكن رصدها كالتالي¹⁷:
 - تحديد الهدف من الملاحظة: فلا بد أن يكون لدى الباحث هدف محدد وواضح.
 - تحديد مجتمع الدراسة: وهذا يتحدد حسب طبيعة الدراسة وأسباب القيام بها.
 - دراسة الخصائص الاجتماعية العامة لمجتمع الدراسة والحصول على المعلومات الضرورية عن ذلك.
 - محاولة الدخول إلى مجتمع الدراسة دون ملاحظة الآخرين بوجوده، وهذا قد يتم من خلال الاستعانة بشخصية رئيسة في مجتمع البحث.
 - إجراء الدراسة عن طريق مراقبة الأفراد وملاحظة تصرفاتهم وتدوين المعلومات اللازمة.
 - أن يكون لدى الباحث القدرة على معالجة المشاكل التي تطرأ أثناء إجراء الدراسة كأن يتم اكتشاف أمره من قبل الجماعة، وهذا يحتاج إلى تدريب.
 - الخروج بحذر من المجتمع دون ملاحظة الآخرين.
 - تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها، ثم كتابة التقرير والنتائج النهائية.

نموذج رصد شائعة عن طريق الملاحظة

نموذج رصد شائعة

(أ) موضوع الشائعة :

.....

.....

.....

(ب) المصدر الأول الذي عرف المراسل منه الشائعة :

- زملاء بالعمل ()
- أصدقاء ()
- جيران ()
- أقارب ()
- أخرى تذكر ()

(ج) عدد الأفراد الذين تداولوا الشائعة :

- فرد واحد ()
- فردان إلى أقل من ٥ أفراد ()
- ٥ أفراد - ١٠ أفراد ()
- ١٠ أفراد فأكثر ()

(د) خصائص الأفراد الذين تداولوا الشائعة :

(١/د) النوع:

- ذكور ()
- إناث ()

(٢/د) المستوى التعليمي:

- أميون ()
- مؤهل أقل من الثانوية العامة ()
- الثانوية العامة وما في مستواها ()
- مؤهل جامعي فأكثر ()
- أخرى تذكر: ()

(د/٣) مهن الأفراد الذين تداولوا الشائعة:

- مسئولون بدرجة مدير عام فأعلى ()
- شيوخ وأعيان ()
- رجال دين ودعاة ()
- أساتذة جامعة ومعلمون ()
- موظفون بالقطاع الحكومى ()
- موظفون أو عمال بالقطاع الحكومى ()
- ربات بيوت ()
- طلاب ()
- مهن أخرى تذكر ()

(د/٤) جنسيات الأفراد الذين تداولوا الشائعة:

- مصريون(*) ()
- وافدون عرب ()
- وافدون أجانب ()

(هـ) الأماكن التى سمع المراسل الشائعة تتردد فيها :

- أماكن عمل حكومية ()
- أماكن عمل قطاع خاص ()
- جامعة ومعاهد ومدارس ()
- منازل ()
- أماكن عامة كالمراكز التجارية ()
- السبل والمجالس وما يماثلها كدوار العمدة ()
- أخرى تذكر: ()

(*) طبقاً للبلد الذى تجمع منه الشائعة.

(و) تقييم المراسل للشائعة :

(و/١) من حيث درجة انتشارها:

- منتشرة بدرجة كبيرة ()
- منتشرة بدرجة متوسطة ()
- منتشرة بدرجة محدودة ()
- تقييم آخر يذكر ()

(و/٢) من حيث مدى أهمية الشائعة عند الأفراد الذين يرددونها:

- هامة جداً ()
- هامة ()
- هامة إلى حد ما ()
- غير هامة ()

(و/٣) من حيث مدى تقبل الشائعة وتصديقها:

- يتقبل الأفراد الشائعة بدرجة كبيرة ()
- يتقبل الأفراد الشائعة بدرجة متوسطة ()
- لا يتقبلون الشائعة ()
- يستنكرون مثل هذه الشائعة ()
- أخرى تذكر ()

- نص الشائعة:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

مراسل الرأي العام: الاسم: التوقيع: التاريخ:

.....

المحاضرة الثامنة: المقابلات واستخداماتها في دراسات

تهدف المحاضرة إلى تعريف الطالب على تقنية الملاحظة كأسلوب من أساليب جمع البيانات في بحوث الرأي العام واستطلاعاته .

إضافة إلى الملاحظة، تعتبر المقابلة من أهم الوسائل البحثية في جمع البيانات والمعلومات من الميدان، وبدونها لا يستطيع الباحث جمع وتبويب هذه البيانات وتصنيفها ثم تحليلها تحليلًا علميًا، من أجل صياغة نتائج نهائية تساعده على كشف وتعريف مختلف جوانب الموضوع المدروس.

وينظر إلى المقابلة على أنها عملية اجتماعية صرفة، لأنها تحدث بين الباحث الذي يجمع المعلومات ويصنفها، والمبحوث الذي يدلي بهذه المعلومات وهو يجيب على الأسئلة الموجه إليه، لذلك يختص استعمال أداة المقابلة على الأبحاث الميدانية التي تهدف إلى جمع المعلومات الأصيلة من وحدات مجتمع البحث، والتي لا يمكن معرفتها دون النزول إلى واقع المبحوث والاطلاع على ظروفه المختلفة، والعوامل والقوى التي تؤثر فيه، إضافة إلى التعرف على طبيعة حياته النفسية والاجتماعية¹⁸.

1- تعريف المقابلة: المقابلة في البحث العلمي هي عبارة عن حوار أو حديث أو مناقشة موجهة تكون بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة آخرين، وذلك بغرض التوصل إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث التوصل إليها والحصول عليها، في ضوء أهداف بحثه، وتمثل المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي تتطلب الإجابة عليها أو التعقيب عليها، وتكون المقابلة عادة وجها لوجه، بين الباحث والشخص أو الأشخاص المعنيين، ولكن أيضا ظهرت وسائل أخرى للمقابلة، مثل الاتصال عبر الهاتف، أو عبر الأنترنت أو عبر وسائل الاتصال الحديثة المناسبة¹⁹.

ويعرفها موريس أنجيرز بأنها تلك التقنية المباشرة التي تستعمل لمسائلة الأفراد على انفراد وفي بعض الحالات مجموعات بطريقة نصف موجهة²⁰.

كما يعرفها يعرف **بنجهام** يعرفها بأنها: "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها". بينما يعرفها **أنجلش** بأنها " محادثة موجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر أو أشخاص آخرين، هدفها استثارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي أو للاستعانة بها في التوجيه و التشخيص والعلاج". ويعرفها أيضا **جاهودا** الذي يقول بأن المقابلة هو ذلك التبادل اللفظي الذي يكون وجها لوجه بين المقابل و المقابل أو المقابلون²¹.

وعلى الرغم من كثرة التعاريف التي رصدت للمقابلة كأداة لجمع البيانات الميدانية، فإنها تلتقي كلها في كون المقابلة تختلف عن المحادثة الشخصية العادية التي تتم بين الناس في حياتهم اليومية، فهي تتم أساسا المقابلة لتحقيق هدف محدد يسعى إليه المقابل ويدركه المقابل . وخالصة يمكن تعريف المقابلة بأنها : حوار لفظي مباشر هادف و واعي يتم بين شخصين) باحث ومبحوث (أو بين شخص باحث ومجموعة من الأشخاص ، بغرض الحصول على معلومات دقيقة يتعذر الحصول عليها بالأدوات أو التقنيات الأخرى ويتم تقييده بالكتابة أو التسجيل الصوتي أو المرئي²².

2- شروط وإجراءات المقابلة: ومنها²³:

- تحديد الأشخاص المفحوصين والمستجوبين، أي الذين تجري معهم المقابلة، بمعنى تحديد أفراد عينة الدراسة، وخاصة الذين يعيشون معا، ويجتمعون معا، وتجرى المقابلة معهم في بيئة واحدة، وكفئة واحدة كفئة المرضى وغيرهم، وفي العادة يركز الباحث على اختيار أفراد عينة بحوزتهم معلومات مفيدة، وتغطي عددا أكبر من عناصر البحث، وكلما كان تعاونهم وتجاوبهم مع الباحث أكبر، كلما سهل عليه استجوابهم، ومكنه من الحصول منهم معلومات أغزر.

- تحديد زمان ومكان المقابلة وفي العادة يخبر الباحث المستجوبين بزمن ومكان المقابلة، وبوقت كاف مع إعطاؤهم فكرة عن نوعية الأسئلة أو عن المعلومات المطلوبة منهم، بحيث يكون زمن ومكان المقابلة مريحا سواء أكان المكان داخل العمل أو خارجه، أو أثناء الدوام أو خارجه.
- توفير جو ودي وطبيعي بين الباحث والمبحوثين، حيث يحفزهم ذلك على التعاون معه والإجابة على أسئلته بأريحية، وطيب نفس، ولتحقيق ذلك يبتعد الباحث عن الرسميات والبروتوكولات والأجواء التي لا ترتاح لها النفوس، وفي نفس الوقت يفتح عليهم بروح مرحة ويتقرب إليهم بسماحة وليونة ليحصل منهم على معلومات أكثر دقة ووضوح.
- ظهور الباحث بمظهر لائق سواء من حيث هيئته أو لباسه أو هندامه أو سلوكه أو حركاته أو استجاباته مما يحفز المستجوبين على التقرب منه، والتعاون معه، وعدم النفور منه.
- تحديد الأسئلة بدقة ووضوح لتساعد الباحث على الحصول على معلومات دقيقة وقد أثبتت التجارب أن أفراد العينات المستجوبة ينفرون عادة من الأسئلة الشخصية المرحجة، وإن اقتضى الأمر ذلك فعلى الباحث أن يؤخرها إلى آخر المقابلة وأن يعبر عن أسئلته بألفاظ وكلمات قريبة إلى نفوس المستجوبين، وبعد أن يوفر الباحث جوا من الانسجام والثقة، ولا يكثر من طرح الأسئلة الشخصية إلا للضرورة.
- التحكم وإدارة المقابلة من قبل الباحث، وعدم تركها للمبحوثين حتى لا يضيع الهدف منها ، وهذا يتطلب أن يكون الباحث على قدر من الذكاء والإدارة والمنهجية التي تؤهله للسيطرة على المقابلة وإدارتها وتوجيهها كما يشاء هو كما تؤهله لمراقبة انفعالات ومشاعر وأحاسيس المستجوبين عن قرب، وبالتالي تكون المعلومات المتحصل عليها أكثر دقة.
- عدم ترك المجال مفتوحا أكثر من اللازم لإجابات المبحوثين، حتى لا يضيع وقت القابلة من غير الحصول على الهدف المتوخى منها، وهذا لا يعني تضيق الوقت والمجال، بحيث يحم المستجوبين من إعطاء الإجابات الضرورية.

■ تسجيل الإجابة أثناء المقابلة بسرعة، وعدم ترك ذلك إلى نهايتها، لأن ذلك قد يحرم الباحث من معلومات أو بيانات هامة، ولذلك يجب على الباحث أن يحضر معه سجلا وأوراقا يدون عليها إجابات المبحوثين في وقتها.

3- أنواع المقابلة: هناك تصنيفات عديدة لأنواع المقابلات تختلف باختلاف الهدف منها ومن أبرزها:

■ **المقابلات الفردية:** وهي من أكثر المقابلات استخداما في البحوث الاجتماعية والإنسانية وفي دراسات واستطلاعات الرأي العام.

■ **المقابلات الجماعية:** وتتم بشكل جماعي بين الباحث وعدد من المقابليين، ويتميز هذا النوع من المقابلات بإعطاء بيانات ومعلومات معمقة.

■ **المقابلات الحرة (غير المقننة):** ولا يعتمد هذا النوع المقابلات على اخدام أسئلة محددة ومعدة مسبقا، وبالتأكيد يكون لدى الباحث فهم عام للموضوع، ولكن ليس لديه قائمة أسئلة أو إضافة أسئلة في أثناء المقابلة، ويستخدم أسلوب المقابلات الحرة غير الموجهة في الغالب في البحوث الاستكشافية.

■ **المقابلات المقيدة (المقننة):** وهي التي ترسم خطتها مقدما بشيء من التفصيل، وتوضع لها تعليمات موحدة يتبعها جميع من يقومون بالمقابلة لنفس الغرض، وفيها تحدد الأسئلة وصياغتها وترتيب توجيهها، وطريقة إلقاء الأسئلة، بحيث يكون في ذلك بعض المرونة التي تبعد الطريقة عن التكلف. وهذه الطريقة تساعد كثيرا على تسوية الظروف وتوحيد أساس المفاضلة بين الأفراد، وتجعل من الممكن إخضاع النتائج التي يصل إليها القائمون بالمقابلة لأساليب الإحصاء التي تساعد علي سهولة عرضها ومقارنتها.

وتفيد هذه الطريقة عند القيام ببحوث واسعة تتناول مجموعات من الأفراد المختلفين في ثقافتهم، والتي تتطلب أن يقوم الباحثون أنفسهم بتسجيل الردود التي يحصلون عليها من الأفراد، خصوصا إذا كان هؤلاء لا يحسنون القراءة والكتابة، ومن أمثلة ذلك: البحث في آراء سكان القرى أو المدن عن الخرافات الشائعة، أو ميولهم السياسية، أو أساليب حياتهم الاجتماعية. ومن المهم أن يقوم بعمل هذه المقابلات أفراد قريبون من

المختبرين في لغتهم، ممن يستطيعون النزول لمستواهم، علي شرط أن يعطوا مراناً كافياً يساعدهم علي حسن إتمام المقابلة وتحقيق أغراضها. وقد تكون الأسئلة المطروحة في هذا النوع من المقابلات ذات نهايات مغلقة، وقد تكون ذات نهايات مفتوحة.

4- **خطوات إجراء المقابلة:** إن خطوات إجراء المقابلة هي شبيهة بتلك المتبع في المسوح الهاتفية مع بعض

الاختلافات البسيطة، وهذه الخطوات تتمثل في²⁴:

- اختيار العينة: فاختيار عينة المقابلة الشخصية هو في جوهره نفس اختيار العينة لأي منهج أو أداة أخرى، ففي مقابلة 'وجها لوجه'، يتم اختيار المستجوبين اعتمادا على مجموعة مسبقة الإعداد من متطلبات الاختيار، وفي المقابلات التي تتم في البيوت يتم الاعتماد على استخدام التعيين متعدد المراحل.
- إعداد الاستبانة: فالمقابلات الشخصية ذات مرونة، فمن السهل أن نسأل تفصيلية، والوقت المطلوب لإكمال الاستبانة يمكن تمديده، والعديد من المقابلات الشخصية يستغرق إكمالها ساعة أو أكثر، ويمكن للباحثين أن يستخدموا أمورا بصرية في توجيه الأسئلة، وقوائم وصورا ويمكنهم أيضا الطلب من المستجوبين توزيع الصور أو المواد في فئات ، أو التأشير على الإجابات الصحيحة، على بطاقات مطبوعة، كما أن للمستجوبين حقهم في الخصوصية، وأن يظلوا مجهولين عند ملئهم للاستبانة وإرسالها في ظرف مختوم.
- إعداد دليل تعليمات المستجوب: وتعتمد التفاصيل المطلوبة في دليل الإرشادات على نوع المقابلة، فأدلة المقابلات التي تتم وجها لوجه لا تتطلب تفاصيل كثيرة، لأن هناك موقعا واحدا فط، والمستجوب قد تم اختياره مسبقا، وأوقات المقابلة قد تم ترتيبها مسبقا، أما دليل الإرشاد في المقابلات التي تتم في المنازل فيضم معلومات عن البيت الذي سيختاره، وما هو الإجراء البديل في حال عدم وجود المستجوب المستهدف في المنزل، وغالبا ما تتضمن أدلة الإرشاد توجيهات عن كيفية إجراء المقابلات، وطريقة تعامل من يقوم بها، وكيف يتم توجيه الأسئلة.

- تدريب المستجوبين: إن التدريب مهم نظرا لطول الاستبانات وتفصيلها، ويجب أن يحصل المستجوبين على إرشادات مفصلة لتكوين علاقة مع الأفراد وعن التفاصيل الإدارية (موعد إجراء المقابلة، كم من الوقت تستغرق كل مقابلة، كم سيدفع للمشاركين...)، وكذلك عن توجيه أسئلة المتابعين.
- جمع البيانات: فالمقابلات الشخصية مكثفة الجهد والتكلفة، وهذه المشكلة هي السبب وراء اختيار الباحثين أسلوبا آخر لدراساتهم، فقد يستغرق إكمال مشروع بأسلوب المقابلة الشخصية من عدة أيام لعدة أسابيع، كما أم الباحث قد يتمكن من إجراء عدد من المقابلات في يوم واحد.
- التحقق من النتائج، كما هو الحال في المسوح الهاتفية، فإنه يتم اختيار عينة فرعية من الاستبانات المكتملة، لكل واحد ممن أجروا المقابلة وذلك لأغراض التحقق، ويمكن الاتصال بالمستجوبين هاتفيا وإجراء مقابلة شخصية معهم.
- تبويب البيانات: إجراءات تبويب البيانات في أسلوب المقابلات الشخصية هي في جوهرها نفس الإجراءات المتبعة في مناهج البحث الأخرى، فيجب تصميم دفتر ترميز ومن ثم ترميز المقابلة وإدخال البيانات إلى الحاسوب.

5- بناء مخطط أو دليل المقابلة: إن مخطط أو دليل المقابلة هو الأداة التي تركز عليها المقابلة البحثية، ويتضمن كل الأسئلة التي يحتمل طرحها أثناء المقابلة مع الشخص المستجوب، فهو يحتوي على كل ما نريد معرفته تماشيا مع تحديد مشكلة البحث، ويحضر مخطط المقابلة من خلال أسئلة رئيسية وأخرى فرعية، مفتوحة وقائمة على أساس التحليل المفهومي الذي تم إجراؤه في المرحلة الأولى والمرتبطة بشكل معين، ينبغي أن تظهر معلومات دقيقة في بداية المخطط أو الدليل، إضافة إلى ضرورة تحرير نص تقديم المقابلة. مصدر الأسئلة: يتم إعداد الأسئلة والأسئلة الفرعية لمخطط أو دليل المقابلة إنطلاقا من التحليل المفهومي، إن الأسئلة العامة عادة ما ترتبط بالأبعاد، أما الأسئلة الفرعية فترتبط بمؤشرات كل بعد²⁵.

يتكون مخطط المقابلة أساساً من أسئلة عامة وأسئلة فرعية، إن الأمر هنا لا يتعلق بأي نوع من الأسئلة، بل بنموذج السؤال المفتوح، حيث يصاغ بكيفية تسمح للمبحوث بالشعور بالحرية في إجابته، سواء من ناحية المدة الزمنية أو من ناحية المحتوى، لهذا لا ينبغي للمفردات المستعملة أن تعطي تفاصيل دقيقة حول طريقة الإجابة، وذلك بمنح اختيارات مثلاً، إن صياغته تسعى خاصة إلى تفادي لجوء المبحوث إلى إجابات نمطية ومتداولة وقصيرة، لأن ما يرغب فيه الباحث هو التعبير عن الإحساس أو تقييم الشخص المبحوث نفسه، وهو ما لا يمكن التعبير عنه بكلمة واحدة، أو عبارة مختصرة، نتيجة لهذا فإن السؤال المفتوح يندرج ضمن الأدوات الخاصة بالبحث الكيفي²⁶.

6- طرق إجراء المقابلة: تقسم هذه الطرق إلى:

- المقابلة الشخصية: وتتم المقابلة فيها بين الباحث والشخص المبحوث؛ وهي الطريقة الأغلب شيوعاً.
 - المقابلة الهاتفية: وتتم فيها المقابلة بوساطة الاتصال الهاتفي.
 - المقابلة بوساطة الحاسوب: ويستخدم فيها جهاز الحاسوب.
 - المقابلة بوساطة استخدام التلفاز، الأقمار الصناعية، وأجهزة الاستقبال والإرسال.
- يتوقف نجاح المقابلة على إمكانات الباحث والمبحوث، ومدى توفر الوسيلة المستخدمة لدى الطرفين، ومدى توفر الوقت لدى الباحث وإمكاناته المادية.

6- مزايا وعيوب المقابلة: من مزايا المقابلة كأداة لجمع البيانات ذكر ما يلي²⁷:

- أفضل وسيلة لاختيار الصفات الشخصية وتقويمها.
- تعد ذات فائدة كبرى في تشخيص المشكلات الإنسانية ومعالجتها.
- تعد ذات فائدة كبرى في الاستشارات.
- تزود الباحث بمعلومات إضافية.
- يساعد الإعداد المسبق للأسئلة في اختيار الألفاظ والعبارات بعناية.

- يضمن أسلوب المقابلة قدرا من الترتيب المنظم المرغوب فيه في البيانات التي يتم جمعها.
 - إن وجود صحيفة معدة مسبقا يساعد على اختبارها والتأكد من صلاحيتها قبل إجراء المقابلة.
 - تساعد في سهولة مراجعة بيانات المقابلات الموجهة، وجدولتها وتحليلها، وذلك للنمطية العالية في الأسئلة التي تؤدي إلى الحصول إجابات نمطية.
 - قد يستخدمها الباحث مع أداة الملاحظة للتأكد من صحة البيانات التي تحصل عليها.
 - تكاد تكون هي الوسيلة الوحيدة لجمع البيانات في المجتمعات الامية.
 - نسبة المردود بالنسبة للجمهور عال عند مقارنته بالاستبيان.
 - تتميز بالمرونة.
 - يستطيع الباحث تسجيل مكان المقابلة وزمانها بدقة كبيرة.
 - هي الأداة الأنسب عندما يكون المبحوثون غير راغبين في الإدلاء بأرائهم كتابة، حيث يخشى هؤلاء أن تسجل آرائهم بخط يدهم، فيفضلون التحدث والتعبير عنها شفويا.
- أما عيوبها فمن أهمها:
- المقابلة عملية مكلفة وشاقة ، وتحتاج إلى دعم ، بحيث إذا لم يكن الباحث مدعوما من طرف مؤسسة ما ، فإنه يصعب عليه القيام بها ، خاصة لما يتعلق الأمر بالترخيص للدخول إلى الأماكن التي يجري فيها المقابلة ، وكذا مقابلة الشخصيات السياسية ، وأحيانا يتعرض الباحث إلى مخاطر عند إجراء مقابلات مع زعماء الجماعات الخطيرة .
 - قد تتأثر القابلة بالحالة النفسية للباحث والمبحوث ، فإذا كانت الحالة النفسية لأي منهما غير جيدة في أثناء إجراء المقابلة ، فإن هذا سيؤثر على البيانات والمعلومات المعطاة ، أما في الاستبيان فإن الشخص يختار الوقت المناسب له للإجابة.
 - أخطاء التحيز الراجعة إلى أخطاء شخصية.

- تحتاج على عدد كبير من جامعي البيانات الذين يتم اختيارهم وتدريبهم بعناية.
- كثرة التكاليف.
- كثيراً ما يمتنع المبحوث عن الإجابة على الأسئلة الخاصة أو التي يخشى أن تصيبه بضرر

المحاضرة التاسعة: الاستبيان واستخداماته في بحوث الرأي العام

الهدف من المحاضرة هو التعرف على الاستبيان كتقنية من تقنيات جمع البيانات في

بحوث الرأي العام، وأهم خطواته وأنواعه ومزاياه وعيوبه

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس، ميولهم، اتجاهاتهم، دوافعهم أو معتقداتهم، وتأتي أهميته كأداة لجمع المعلومات بسبب ما يوفره للباحثين من مزايا خاصة فيما يتعلق باقتصاد الجهد والوقت.

1- تعريف الاستبيان: يعد الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي تتناسب مع البحوث الميدانية في دراسات الرأي العام، إذ يستخدم لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، ويتمتع بكفاءة عالية في البحوث الوصفية التي تسعى لتوصيف الظاهرة كما هي عليه في الواقع. ، ويمكن القول إن الاستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة او المشكلة موضوع البحث .

ويعرف الاستبيان على أنه تقنية مباشرة في التقصي، تستغل إزاء الأفراد باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية، فهي إذن مجموعة من الأسئلة التي تقدم مكتوبة للمستجوب والتي يراد منها معرفة آرائه، أذواقه وتصرفاته في وضعيات محددة، وأحاسيسه واهتماماته وغيرها، غير أن هذه الأسئلة لا تصاغ ولا ترتب إلا وفق مقاييس وشروط تتعلق بمضمونها، شكلها وموقعها من الأسئلة الأخرى، ولعل أهم شرط يجب توفره قبل وضع الأسئلة، هو التحصيل على رصيد من المعلومات من الكتب، فهي التي تحدد الأهداف ولذلك فالاستبيان يختلف من موضوع إلى آخر، كما أن أسئلته تتبع هذه الأهداف²⁸.

2- الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند صياغة الأسئلة:

- ألا تكون الأسئلة بالاستمارة كثيرة بحيث يمل المبحوث من الإجابة على ما فيها بإتقان، كما يجب ألا تكون قصيرة بحيث لا تكفي لجمع البيانات اللازمة.
- أن في عبارات سهلة وواضحة.
- أن لا تتطلب الاسئلة اجابات طويلة أو تشتمل على عبارات تستدعي تفكيراً عميقاً أو تستلزم عبارات حسابية معقدة، أو يكون فيها ما يوحي بإجابة معينة، وأفضل الاسئلة ما كانت الاجابة عليه بأقل عدد ممكن من الكلمات.
- تجنب الاسئلة التي تثير غضب المبحوث أو تدعو إلى اشمئزاه أو تحرجه.
- يجب ان تحتوي الاستمارة على بعض الاسئلة مكررة بصيغ مختلفة وفي مواضع متباعدة بحيث لا يكتشف المبحوث هذا التكرار، ويكون الغرض من ذلك التأكد من عدم وضع بيانات خاطئة عمداً او سهواً في الاجابة على بعض الاسئلة وتهيئة الفرصة لمراجعة الإجابات لزيادة الدقة.
- ترتيب الاسئلة وبراقي في ترتيب الاسئلة تتابعها وتسلسلها منطقياً يتيسر للأفراد الاجابة عليها (تسهيل تسلسل الافكار لدى المبحوث).
- ضرورة العناية بالأسئلة، تدقيقها وتوضيحها لأن الباحث يمكن أن يكون غائباً.
- تحديد الهدف من الاستبيان مع شرح ذلك إن أمكن بشكل موجز حتى يعرف الشخص ما يطلب منه.
- هندسة الاستبيان بشكل يمكن من تعاون الآخرين معه بحيث لا يستغرق لهم وقتاً كثيراً.
- ضرورة ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقياً.
- أن تكون الأسئلة بعيدة عن الإحراج ما أمكن.
- ضرورة بعد الأسئلة عن التفاهة الشيء الذي يبرر طرحها.
- استخدام المصطلحات الواضحة وترك التي تحمل أكثر من معنى حتى تكون الإجابة واضحة.

- الابتعاد عن الكلمات الفنية المرتبطة بتخصص معين تجنباً لكل غموض.
 - الأخذ بعين الاعتبار بأن بعض المبحوثين قد يعانون من ضعف البصر أو صعوبة تمييز الألوان.
 - إجراء اختبار أولي للاستبيان من أجل التعديلات التي قد يكون من اللازم إجراؤها²⁹.
- 3- **مميزات الاستبيان:** تتميز طريقة استخدام الاستبيان بعدد من الميزات نذكر منها³⁰:
- أنه يستخدم إما بالاتصال المباشر مع المبحوثين، أو عن طريق إرساله لهم بالبريد العادي أو البريد الإلكتروني إن كانوا منتشرين في مناطق متباعدة عن بعضها البعض ويصعب الاتصال بهم.
 - أنه يتيح فرصة كبيرة للمبحوثين لقراءة بنود الاستبيان والتمعن فيها إذا استخدم بالطريقة المباشرة، وإتاحة لفرة لهم للتشاور مع غيرهم حول البنود إذا استخدم عن طريق البريد.
 - أنه يتيح الفرصة للمبحوثين للاستجابة لبنود الاستبيان بدون خجل وبلا حساسية، وبصراحة مطلقة، لأنه غير مطلوب منهم ذكر أسمائهم ولا التعرف عليهم.
 - أنه يعتبر أكثر موضوعية من غيره من أدوات جمع البيانات لأنه لا يتأثر بأية تحيزات ذاتية ولا انحيازات شخصية من قبل الباحثين، ولأنه يتمتع بظروف تقنين جيدة مبنية على أسس تجريبية علمية تدعم دقة المعلومات المتحصل عليها باستخدامه.
 - ان استخدامه يوفر الوقت والجهد والمال، حيث يحتاج إلى قلة من المساعدين يجمعون البيانات، ولا يشترط أن يحضر الباحث بنفسه أثناء إجرائه، ويمكن جمع كمية كبيرة من المعلومات من عدد كبير من المفحوصين في وقت قصير.
 - أنه من السهل تبويب وتحليل نتائجه بطرق إحصائية.
- 4- **عيوب الاستبيان كأداة لجمع البيانات:** تنتقد طريقة استخدام الاستبيان عموماً لتوفر عدد من العيوب ومن

أهمها³¹:

- لا يصلح ولا يمكن استخدامه مع الأفراد الأميين غير الملمين بالقراءة والكتابة، كما أنه لا يمكن استخدامه مع الأطفال الصغار في المرحلة الابتدائية لأنه يعتمد على القدرة اللفظية في الاستجابة لبنوده.
- زيادة نسبة الفاقد في المعلومات المتحصل عليها باستخدامه، حيث قد يسلم الكثير من المفحوصين استماراتهم بدون إجابة لكثير من بنودها في حالة الطريقة المباشرة، وقد لا يرسلها المبحوثون نهائياً في حالة الاستبيانات الالكترونية والبريدية.
- تفقد بنود المراجعة أهميتها والتي يضعها الباحث في استبيانه للتحقق من صدق المفحوص وثبات إجابته على معلومة معينة، وذلك لسهولة ربط البنود المتشابهة والتي تتطلب لاستجابات متماثلة عندما يطلع المفحوص على كل البنود الواردة في الاستبيان بنظرة كلية فاحصة مستطلعة.
- يتطلب الاستبيان مهارة فائقة وخبرة سابقة في إعداده من حيث اختيار البنود المناسبة التي يجب أن تغطي كل المجالات المتعلقة بالظاهرة المراد قياسها.
- قد تثير اسئلة الاستبيان الشعور بالحرج والحساسية بالنسبة للموضوع الذي تسأل عنه، أو قد تتضمن موضوعات وقضايا محل خلاف أو جدل بين الناس فتصبح الإجابات غير دقيقة.
- قد يعطي المفحوص إجابات مرغوب فيها اجتماعياً رغبة في الظهور بمظهر حسن في موقف الاختبار على عكس حقيقة الفرد.

5- مراحل تصميم استمارة الاستبيان:

أجمع المختصون في ميدان البحث أن أسئلة الاستبيان لا تستقيم إلا عبر مراحل تكون حينها في طور الإعداد والتسوية قبل أو تصبح فيما بعد استمارة بحث أو موضوع دراسة علمية دقيقة، ولذلك نجد بعض هؤلاء المختصين قد ذكروا هذه المراحل وهي كالآتي:

❖ مرحلة الاختبار القبلي: في هذه المرحلة يطبق أول شكل لها على عينة عشوائية عن طريق المقابلة، وذلك من رصد الأخطاء اللغوية في الأسئلة أو غموضها وعدم دقتها، وتحديد العلاقة بين الأسئلة بهدف المبادعة بين تلك يمكن أن تتسبب في التأثير على الجواب اللاحق لسؤال آخر مثلاً، والتأكد من أن الأسئلة تؤدي الوظيفة التي من أجلها وضعت بالضبط، وغير ذلك من المشاكل المتعلقة بالصياغة كالوضوح والترتيب.

❖ مرحلة الاختبار الفعلي: وبعد إدخال التعديلات والقيام بالتصحيات التي ظهرت ضرورتها في المرحلة السابقة، يختار الباحث عينة محدودة تتوفر فيها شروط مجتمع البحث، أي عينة ممثلة وتطبق عليها الاستمارة، مع الحرص على احترام كل الشروط والقواعد والظروف الخاصة بالبحث، وأثناء هذا التطبيق يسجل الباحث كل الملاحظات والصعوبات والاستفسارات الصادرة عن المستجوبين، وبعد ذلك يقوم بأول تجربة لتفريغ البيانات ومعالجتها للتعرف أيضاً على الصعوبات المتعلقة بهذا المجال، كما يجب اختيار الطول المناسب للاستمارة لكي لا يحدث أي ملل.

❖ مرحلة الاختبار البعدي: إنها مرحلة التحرير النهائي للاستمارة، حيث تستهل بتقديم يشرح فيه الباحث أهداف البحث ويشكر المستجوبين ويوضح لهم بأمثلة واضحة كيفية تسجيل إجاباتهم، كما يحرص أن تكون حروف الطباعة واضحة ومقروءة بسهولة، وأن تنظم الأسئلة تنظيمًا جيدًا على الصفحة، بحيث يظهر الفرق بين سؤال وآخر بكل وضوح وجلاء، وعندها فقط يجربها على عينة ممثلة وفي ظروف مقنعة تشبه إلى حد كبير شروط وظروف البحث³².

7- أنواع الاستبيان؛ هناك عدة تقسيمات لأنواع الاستبيان أهمها ما يتعلق بالتقسيم حسب نوع الأسئلة

المتضمنة: وفيه ثلاثة أنواع من الاستبانات وهي³³:

- **الاستبيان المقفل:** ويحتوي على أسئلة تتم صياغتها بحيث تكو إجابة المبحوث تتطلب وضع إشارة (×) عند خانة الإجابة على المقياس المتدرج : جيد جدا، جيد ، متوسط، ضعيف)، أو إذا كانت هناك كلمات مثل: نعم، لا، موافق، لا أوافق، ...

وفي هذا النوع يسهل على الباحث تفرغ المعلومات وتحويلها إلى بيانات إحصائية رقمية، فلو قام الباحث بتوزيع مئات الاستبانات، فإنه يستطيع تفرغ الإجابات على صفحة واحدة، بحيث يتم تدوين عدد الذين أجابوا على السؤال نعم، وعدد الإجابات بلان وهكذا مع باقي الأسئلة، فالمعلومات تكون واضحة ودقيقة، وليست بحاجة إلى تفكير أو تأمل أو تحليل للإجابات في مرحلة جمعها وفرزها، كذلك فإن المبحوث يسهل عليه الإجابة على هذا النوع من الأسئلة، دون أن يكلفه ذلك وقتا طويلا أو جهدا.

إلا أن هذا النوع من الاستبانات قد يقيد المبحوثين في إجابات وخيارات محددة، لا يستطيعون الخروج عنها، وبالتالي لا نستطيع أن نعرف رأي المبحوث بدقة حول وجهة نظره الحقيقية وطريقة تفكيره، وأسلوب معالجته، وقد لا يستطيع المبحوث في موقف آخر أن يحدد إجابته على بعض الأسئلة لعدم معرفته، لكنه مضطر للإجابة، لذلك فإن الإجابة في مثل هذه الحالة تكون غير دقيقة ولا تعبر عن الحقيقة.
- **الاستبيان المفتوح:** وهو عبارة عن استبيان يحتوي على أسئلة تكون الإجابة عنه غير محددة بإجابات موضوعية سلفا، وإنما يجيب عنها المبحوث بلغته وبطريقته الخاصة، دون وجود أية قيود أو نماذج إجابة، لذلك تكون الإجابات مفتوحة ليعبر المبحوث عن رأيه بصراحة، وبالطريقة التي يفكر بها.

ومن مزايا هه الطريقة أنها تعطي للمبحوث فرصته للتعبير عما يجول في داخله ويعبر عن آرائه وأفكاره للإجابة حسب فهمه للسؤال، ومعرفة الإجابة، أما عيوب هذا النوع فتكمن في أنه يحتاج إلى جهد ووقت أطول للإجابة، بالإضافة إلى أن الباحث سيواجه صعوبات في تفرغ البيانات، لغموض الإجابات في بعض الأحيان وعدم وضوحها، كما أن هذا النوع من الاستبانات لا يصلح في حالة توزيع أعداد هائلة من الاستمارات، إذ يؤدي إلى وجود عدد كبير من المعلومات التي يصعب فرزها وعرضها وتحليلها.

▪ **الاستبانة المغفلة - المفتوحة:** هي عبارة عن مزيج من الأسئلة المغفلة والمفتوحة، فقد يرى الباحث أن بعض الإجابات تحتاج إلى مزيد من التوضيح، كأن يسأل سؤالاً محدداً بإجابة نعم أو لا، ويتبع هذه الإجابة كلمة لماذا مع ترك فراغ يحدده الباحث للإجابة المفتوحة، وهناك شكل آخر بأن تكون هناك أسئلة مغفلة منفردة، وأسئلة مفتوحة منفصلة عن الأسئلة المغفلة، ويمثل هذا النوع من الاستبانات حلاً وسطاً بين النوعين السابقين، ويكون أقل جهداً وأيسر في فرز المعلومات، وهو الأكثر شيوعاً من الأنواع الأخرى، ويلبي متطلبات البحث.

8- تصميم استبانة الاستبان: وهي كما يلي:

حتى يصمم الباحث استباناً وبينه بناءاً سليماً، جاهزاً للتطبيق لابد أن يقوم بالخطوات التالية³⁴:

▪ **تحديد الموضوع العام للاستبان:** إن موضوع الاستبان العام والرئيسي هو ما يتصل بمشكلة البحث، فإذا كان الباحث ينوي دراسة الاتجاهات نحو مضمون إعلامي معين عند الطلبة فإنه يضع استباناً تدور أسئلته حول هذه الاتجاهات.

▪ **تحديد الموضوع العام إلى عدد من الموضوعات الفرعية:** حتى يتسنى للباحث تغطية كل فرع بمجموعة من الأسئلة التي تشكل في مجموعها العام الأسئلة التي يتألف منها الاستبان عند التطبيق، لأن تقسيم الموضوع العام إلى عدد من الموضوعات الفرعية يساعد الباحث على تغطية جوانب الموضوع تغطية دقيقة، متوازنة وشاملة في الوقت نفسه.

▪ **وضع قائمة من الأسئلة:** ويكون ذلك على أساس الموضوعات الفرعية التي حددت في النقطة الثانية.

▪ **تقويم الأسئلة:** ويتم ذلك بـ:

- مراجعة أولية للأسئلة وإعادة صياغتها وبخاصة المبهم، المعقد أو الضعيف منها.

- التأكد من شمول الأسئلة للموضوعات المخصصة لها.

- عرض الأسئلة على مجموعة من الأفراد لتلقي المزيد من الملاحظات حولها وإجراء التعديل اللازم (أي تجريب أولي للاستبيان).

- الاحتكام إلى مجموعة من المختصين في الدراسات النفسية وكذلك المختصين في الموضوع العام الذي تدور حوله أسئلة الاستبيان للتأكد من أن الأسئلة تحقق هدف الاستبيان، وإجراء مزيد من المعلومات بناء على ملاحظاتهم.

▪ طباعة الأسئلة في شكلها النهائي في نموذج خاص: ويشمل الاستبيان في صورته النهائية التي تقدم للمفحوص على:

أ- الكتاب الغلافي للاستبيان (مقدمة الاستمارة) ويحتوي في العادة على:

- معلومات عن الشخص المفحوص، مثل: الجنس، العمر، المهنة، المؤهلات العلمية، الخبرة، الديانة، مكان الإقامة أو غير ذلك مما يراه الباحث ضروريا لتحقيق أغراض الدراسة، ولا داعي أن يذكر الباحث اسمه أو أن يطالب باسم المستفتي.
- الهدف من الاستبيان وأهميته، وتشجيع المشاركين على التعاون والإجابة على الأسئلة بصدق دون تزوير أو عشوائية، وينبغي على الباحث أن يعد المشاركين بالسرية التامة على المعلومات التي يقدمونها وبأنها لن تستعمل لغير أغراض البحث العلمي.
- تعليمات عن كيفية الإجابة على الأسئلة مع ذكر أمثلة توضيحية حتى يضمن الباحث حسن تدوين الإجابة.

ب- أسئلة الاستبيان: وتشكل هذه الأسئلة العمود الفقري للاستبيان، وترتب حسب سهولة الإجابة،

وبشكل منطقي دون القفز من موضوع إلى آخر ثم العودة إليه مرة ثانية.

■ تجربة الاستبيان تجربة مقننة للتعرف إلى:

- الوقت اللازم للاستبيان.

- درجة ثبات وصدق الاستبيان.

■ توزيع الاستبيان وتطبيقه على عينة الدراسة: ويتم التوزيع عادة بوحدة من الطرق التالية:

- تسليمه باليد بواسطة الباحث نفسه أو مندوبين عنه، ومن مزايا هذه الطريقة أن الردود على الاستبيان

تكون أعلى وأكثر صدقا كون الباحث نفسه يكون موجود، حيث يشعر المفحوصين بجدية الموقف،

ويشجعهم على التعاون معه من أجل أغراض البحث العلمي، كما أنه يجيب على استفساراتهم حول

بعض الأسئلة، ويلمح ردود أفعالهم العامة اتجاه الاستبيان، كما أن هذه الطريقة تؤدي إلى ضمان

الباحث من أن المفحوص هو الذي أجاب على الاستبيان وليس شخصاً آخر.

- إرساله بالبريد، ولهذه الطريقة عيوب منها: قلة الاستبيانات التي تعود للباحث وهذه بالتالي تؤدي إلى

النقص في عدد عينة الدراسة وبالتالي لا تسمح بتعميم النتائج، كما أنها لا تضمن للباحث أن

الشخص المفحوص هو الذي قام بالإجابة على أسئلة الاستبيان.

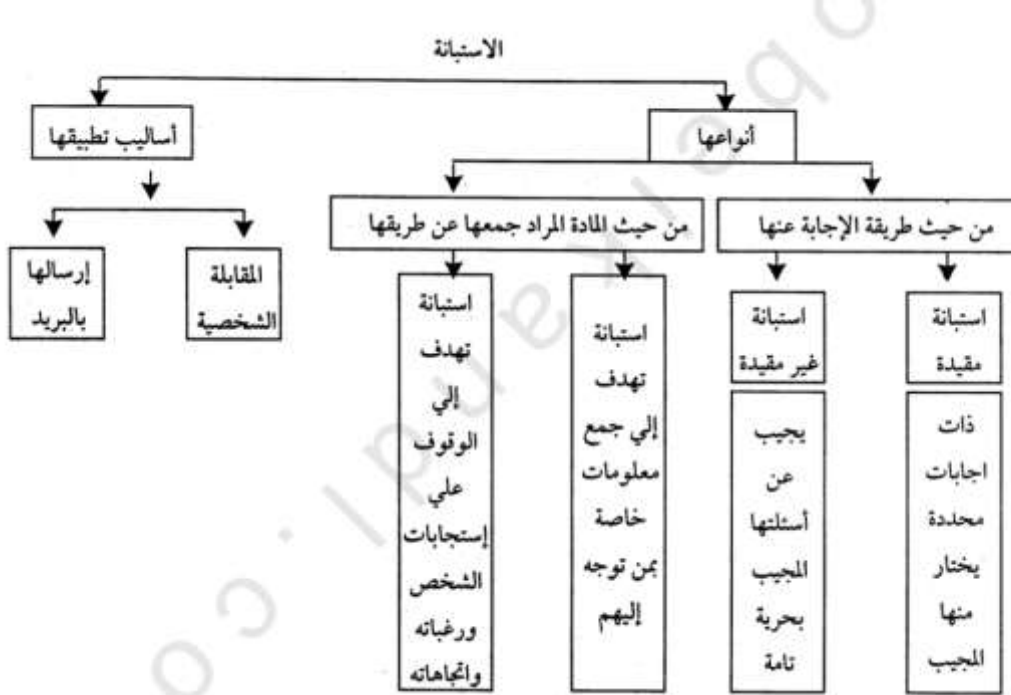
- نشر الاستبيان في وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة إذا كان الاستبيان يتعلق بالرأي العام اتجاه

القضايا التي تهم الوطن والناس.

■ جمع الاستبيان: البدء بتحليل المعلومات الموجودة فيه، وتصنيفها وتفسير نتائجها للخروج بتوصيات مناسبة

فيما يتعلق بمشكلة البحث.

الاستبيان أنواعه، وأساليب تطبيقه



المحاضرة: تحليل المضمون واستخداماته في بحوث الرأي العام

يعتبر تحليل المضمون من أهم التقنيات التي يمكن استخدامها في قياس اتجاهات الرأي العام، وهنا نحاول هذه المحاضرة تعريف الطالب بهذه التقنية التي تستهدف المضامين الإعلامية على اختلاف حواملها.

1 : تعريف تحليل المضمون:

وفقا لبيرلسون فإن تحليل المضمون هو أسلوب بحث علمي موضوعي ومنتظم وكمي، يستخدم لوصف المحتوى الظاهر للمواد الإعلامية المكتوبة والسمعية البصرية³⁵، بعبارة أخرى أنه يمكن استخدام تحليل المضمون لتتبع وتقييم وتحديد الأفكار أو الموضوعات عبر عدد من الرسائل الإعلامية، سواء كانت

وثائق مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، (مقالات، صحف، برامج إذاعية، برامج تلفزيونية...) أو على أي مضمون إعلامي آخر.

أما **ليتس وبول** Leats And Paul فقد ذهب عام 1942 إلى أن تحليل المضمون يطلق على

أسلوب البحث الذي يغطي المتطلبات التالية³⁶:

- تحليل الخصائص اللغوية أو الدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة.
- تحديد تكرارات ظهور أو حدوث هذه الخصائص بدرجة عالية من الضبط الدقيق المحكم، أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات.
- إمكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صبغة عامة.
- إمكانية تمييزها أيضا بالاصطلاحات ذات الصلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها.

وفي سنة 1943 عرف **جانيس Janis** تحليل المضمون بأنه الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، ويعتمد أساسا على تقدير الباحث أو مجموعة الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة، بافتراض أن تقدير القائم بالتحليل يتم على أساس أنه باحث علمي، وتحدد النتائج تكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل في السياق³⁷.

وقد قدم **هولستي (1969)** تعريفا واسعا لتحليل المضمون على أنه أسلوب للحصول استدلالا من خلال تحديد الخصائص الموضوعية للرسائل الإعلامية بشكل موضوعي ومنهجي³⁸، ووفقا لهذا التعريف فإن تحليل المضمون لا يقتصر على نطاق تحليل النصوص فحسب، بل يمكن تطبيقه على مجالات أخرى، مثل الرسوم والملصقات وأشرطة الفيديو، وفي الجبل فإن تحليل المضمون يتيح تفريغ كميات كبيرة من البيانات بسهولة نسبية وبطريقة منهجية.

2 - خصائص تحليل المضمون³⁹:

حدد د رشدي أحمد طعيمة في كتابه "تحليل المضمون في العلوم الإنسانية" مجموعة من الخصائص لتحليل المضمون وهي:

- أنه أسلوب للوصف: إذ يهدف تحليل المضمون إلى الوصف الموضوعي لمادة الاتصال والوصف وهنا يعني تفسير الظاهرة كما تقع، وفي ضوء القوانين التي تمكننا من التنبؤ بها. إن على الباحث هنا أن يقتصر على تصنيف المادة التي يحللها إلى فئات مسجلا لكل فئة خصائصها، مستخرجا السمات العامة التي تتصف بها، بقدر ما هو سمة من سمات تحليل المضمون، فهو في نفس الوقت يمثل الحدود التي يقف عندها الباحث إزاء المضمون الذي يحلله أو المادة التي يدرسها.

- أنه أسلوب موضوعي: فالموضوعية صفة أساسية من صفات العمل العلمي ومقوم من مقوماته، إنها تعني النظر إلى الموضوع نفسه دون تأثير كبير بالذات المدركة، وبقدر ما يقرب الباحث من المادة التي يقوم بتحليلها، ويرتبط بالأصل الذي يبحث فيه، ويلتزم بمكونات الموضوع وظواهره بقدر ما تكون موضوعيته، وتعني الموضوعية أمرين أساسيين هما:

- أولهما: أن هذه الأداة تقيس بكفاءة ما وضعت لقياسه، أي أنها في هذا المجال تقوم بتحليل مادة الاتصال وتعرف اتجاهاتها واستخلاص الصفات التي تميز ظواهرها دون أي عمل آخر، أي أنها بلغة القياس أداة يتوافر فيها شرط الصدق.
- وثانيها: أن هذه الأداة يستطيع باحثون آخرون استخدامها، كما يستطيع الباحث نفسه معاودة استخدامها لتحليل المادة نفسها، والباحثون في كل هذه الحالات يصلون إلى درجة عالية من الاتفاق بينهم في نتائج هذا التحليل، أي أن الأداة بلغة القياس أيضا يتوافر فيها شرط الثبات.

أنه أسلوب منظم: والتنظيم هنا يعني أن يتم التحليل في ضوء خطة علمية تتضح فيها الفروض، وتحدد على أساسها الفئات، وتبين من خلالها الخطوات التي مر بها التحليل، حتى انتهى الباحث إلى ما انتهى إليه من نتائج.

وبعني التنظيم أيضا وضع إطار تأخذ فيه كل فئة مكانها، وأن يتدرج عرض هذه الفئات بالصورة التي تناسب التحليل وتتفق مع طبيعة المادة التي يتم تحليلها. وقد يكون التدرج على أساس زمني تحتل فيه الفئات مكانها حسب ظهورها، أو قيمي على حسب حجم الفئة، وحيزها الذي تشغله المادة التي يتم تحليلها، وقد يتم التحليل على أساس الموضوع أو الصياغات المختلفة للمضمون.

- أنه أسلوب كمي: إذ أنه على الباحث أن يترجم ملاحظاته إلى أرقام عديدة وتقديرات كمية (كثير، قليل...)، وأن يرصد مدى تكرار كل الظاهرة تبدو له في الوسائل الإلامية أو أي مضمون آخر.

ويسمح التقدير الكمي بالتحقق من صدق التحليل وثباته، فضلا عن إمكانية إعادة التحليل وإجراء التجارب، والبعد عن العبارات الإنشائية، التي تصف انطباعات المتلقي أكثر مما ترصد تكرار الظاهرة.

- أنه أسلوب علمي: إذ أنه يستهدف من خلال دراسته مختلف ظواهر المضمون وضع قوانين لتفسيرها، والكشف عن العلاقات التي تربط بعضها ببعض، وهو ما يتسم به التفكير العلمي ذاته.

- أنه يتناول الشكل والمضمون: ويقصد بالمضمون في علوم الإعلام والاتصال ما تنقله أداة من أدوات الاتصال من أفكار ومعارف وحقائق إلى المتلقين، بغية تغيير آرائهم أو تزويدهم بمعلومات أو بث قيم واتجاهات معينة، فالمضمون عند بيرلسون ليس مقصورا على الأفكار والقيم التي تنقلها أداة من أدوات الاتصال، وإنما يشمل أيضا الشكل الذي من خلاله تنتقل هذه الأفكار، وذلك لما يلعبه الشكل من دور كبير في نقل الأفكار والقيم.

- أنه يتعلق بظاهر النص: إذ يهتم تحليل المضمون بدراسة المضمون الظاهر لمادة الاتصال وتحليل المعاني الواضحة التي تنقلها الرموز المستخدمة، وليس للباحث هنا أن يتعمق في دراسة نوايا المرسل، وتتبع

مقاصده، أو أن يقرأ ما بين السطور، متعسفا في استخراج الدلالات، بل عليه التعلق بظاهر النص والتقييد بالمعاني الواضحة فيه مما يقلل من درجة الاختلاف بين المحللين، ويساعد غيرهم على الوصول إلى ما وصلوا إليه من أحكام. غير أن هناك من يرى بأن تحليل المضمون يمكن أن يمتد إلى دراسة خفايا المادة الإعلامية ومن ذلك ما ذهب إليه سمير محمد حسين عند قوله بأن تحليل المضمون يتم على مستويين هما:

- المستوى الوصفي الذي يقتصر على وصف المضمون الظاهر الصريح للمادة الإعلامية أن وفقا لفئات التحليل ووحداته.

- المستوى التحليلي الذي يمتد إلى استخدام نتائج التحليل في كشف النوايا الخفية للمضمون والتنبؤ بالاستجابات المستهدفة من وراء عمليات النشر أو العرض أو الإذاعة.

_ أن له منطلقات لمصادقته: إذ يستند تحليل المضمون إلى عدد من المنطلقات حتى يكون التحليل موضوعيا ومنها:

- أن المعاني التي يستوعبها المضمون من الرسالة الإعلامية هي نفسها المعاني التي يقصدها المرسل، وهي نفسها المعاني التي يتوقع أن يفهمها المتلقي.
- أن الوحدات المكونة للرسالة عند الوصف الكمي (كلمات، جمل، فقرات...) ذات وزن متساو في الأهمية، مما يلزم إعطاء درجة متساوية لكافة الوحدات حتى تصبح هذه التقنية صالحة للاستخدام.
- لكن هناك بعض الحالات تحظى فيها بعض الكلمات بأهمية خاصة أو ذات دلالات معينة لها موقعها المهم في الرسالة الإعلامية، وفي هذه الحالة تعطى هذه الكلمات والجمل والفقرات درجة مختلفة الأهمية في التحليل.

3 - استخدامات تحليل المضمون:

على امتداد العقد الماضي أصبحت رموز وسائل الإعلام ورسائلها موضوعات بحثية ذات شعبية متزايدة في كلا القطاعين الأكاديمي والخاص، وتستخدم شركات العلاقات العامة تحليل المضمون لمراقبة منشورات الشركة ، وفي المجمل تستخدم دراسات تحليل المضمون لواحدة من الأغراض التالية⁴⁰:

_ وصف مضمون الاتصال: وفي مجال الرأي العام، تمكن خاصية الوصف في تحليل المضمون من دراسة التغيير الاجتماعي، فعلى سبيل المثال يمكن قياس تغير الرأي العام حول مختلف القضايا المثيرة للجدل، بواسطة دراسات تتبع طويلة المدى، للرسائل المرسلة إلى المحررين، أو افتتاحيات الصحف، ويمكن الاستدلال على البيانات حول القيم التي تكون مهمة من قبل المجتمع عن طريق دراسة قوائم أحسن الكتب مبيعا في عدة فترات من الزمن.

_ اختبار فرضيات خصائص الرسائل الإعلامية: إذ تحاول العديد من التحليلات أن تربط بين خصائص محددة لمصدر مضمون رسالة وخصائص الرسائل التي يتم إنتاجها، وكما أشار هولستي فإن هذا النوع من تحليل المضمون ما فتىء يستخدم في العديد من الدراسات الإعلامية.

مثلا: - فيديووات الرب أكثر احتواء على مشاهد العنف من الفيديووات الأخرى.

- اعتمد الصحفيون في قناة الجزيرة أثناء تغطية الاحتجاجات في تونس على مصادر غير رسمية.

- مقارنة مضمون وسائل الإعلام بالعالم الحقيقي: فالغرض من العديد من دراسات تحليل المضمون هو ضبط للحقيقة يتم فيه مقارنة تصوير جماعة محددة أو ظاهرة أو ميزة أو حقيقة بمعيار محدد مأخوذ من الواقع، وبعد ذلك تتم مناقشة انسجام ما تقدمه وسائل الإعلام والوضع الفعلي. وعلى سبيل المثال فقد قارن تايلور وبانغ (1997) تصوير ثلاث جماعات أقلية في إعلانات المجلات، بوجودها بين عموم الناس، ووجدوا أن الجماعة التي أصلها لاتيني هي أقل الجماعات في الولايات المتحدة الأمريكية تمثيلا في إعلانات

المجلات، كما قارن ديكسون و أزوكار وكاساس (2003) تصوير العرق والجريمة على البرامج الإخبارية للشبكات بتقارير الجريمة الصادرة، عن وزارة العدل الأمريكية.

- تقييم صورة جماعات معينة في المجتمع: إذ تركز العديد من دراسات تحليل المضمون على معرفة الصور الذهنية التي تسوقها الوسائل الإعلامية لأقلية معينة، أو أي جماعة أخرى، وفي أحوال عديدة تجرى هذه الدراسات لتقييم التغيير في وسائل الإعلام تجاه هذه الجماعات، أو لتستنتج مدى استجابة وسائل الإعلام للطلبات الداعية إلى تغطية إعلامية أفضل، ولتوثيق الاتجاهات و النزعات الاجتماعية (صورة العرب في وسائل الإعلام الغربية، صورة الغرب في الإعلام العربي...).

- إقامة نقطة بدأ لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام: وهو اتجاه جديد نسبيا في استخدامات تحليل المضمون، ومن خلاله على سبيل المثال يتم توثيق الرسالة والموضوعات المسيطرة في مضمون وسائل الإعلام، ثم تجرى دراسة منفصلة للجمهور لمعرفة إذا كانت هذه الرسائل تستتبت (تحليل الاستتبات) اتجاهات مشابهة بين الذين يستخدمون وسائل الإعلام بكثرة، وقد اكتشف جيرنر وآخرون (1979) أن مشاهدي التلفزيون بكثرة يميلون إلى أن يكونوا أكثر خوفا من العالم الذي يحيط بهم وبعبارة أخرى فإن مضمون التلفزيون في هذه الحالة أمدهم بجرعات أكبر من الجريمة والعنف، مما ساهم في استتبات اتجاهات منسجمة مع الرسائل أكثر من انسجامها مع الواقع.

ويستخدم تحليل المضمون أيضا في دراسات ترتيب الأولويات، لأن تحليل مضمون وسائل الإعلام ذات العلاقة ضروري لتقرير أهمية مواضيع الأخبار وبحوث الجمهور اليوم تبحث في العلاقة التبادلية بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.

من المعلوم أن تحليل المضمون، باعتباره تقنية أو منهجية أو أسلوبا، له مجموعة من الأهداف في مجال البحث العلمي، أو في مجالات معرفية واتصالية أخرى. ويمكن تحديدها في ما يلي⁴¹:

- ① يهدف تحليل المضمون إلى استنتاج الوثائق والنصوص المكتوبة والمسموعة والمصورة من أجل معرفة مضامينها، وتبيان دلالاتها الظاهرة والمضرة بغية استثمارها في مجالات معينة.
- ② يسعى تحليل المضمون إلى إبراز المواقف والميول والسلوكيات والآراء من أجل تحليلها ومعالجتها وفهما وتأويلها، إما للانطلاق منها، وإما للتحكم فيها.
- ③ يهدف تحليل المضمون إلى مقارنة الوثائق والنصوص والخطابات مقارنة موضوعاتية، بتحديد التيمات الأساسية والفرعية، وجرد الفئات والمؤشرات بغية قراءة المضامين والمحتويات قراءة علمية ممنهجة.
- ④ يسعى تحليل المضمون إلى دراسة المحتويات والمضامين والتميمات المعجمية والدلالية في ضوء التحليلين الكمي والكيفي بغية تحصيل نتائج علمية صادقة وثابتة.
- ⑤ فهم الإرساليات الإعلامية والسياسية والاجتماعية والتربوية قصد معالجتها وتحليلها وتقويمها وتأويلها لمعرفة ما يدور حول موضوع معين، في زمان ومكان معينين.
- ⑥ قراءة الخطابات والنصوص والإرساليات في مختلف المجالات ظاهرا ومضمرا من أجل استخلاص دلالاتها المباشرة وغير المباشرة، وتحديد مقصدياتها القريبة والبعيدة، وتبيان مؤشراتنا وظروفها السياقية الخاصة والعامة.
- ⑦ تحليل المواد الإعلامية والاتصالية بغية تصنيفها، ومعالجتها كميًا وكيفيًا، وفهمها داخليًا، وتفسيرها خارجيًا، وتأويلها سياقيًا، واستثمارها في مجالات معينة.
- ⑧ تحليل المضمون هو أسلوب علمي فعال، أو منهجية وتقنية وصفية ناجعة ومفيدة في التعامل مع الوثائق والنصوص والخطابات سبرًا وتوثيقًا واستكشافًا بغية تحليل مضامينها تحليلًا دقيقًا على جميع المستويات انطلاقًا من الكلمة إلى العبارة والفكرة والمتواليّة.

9 معرفة الآثار التي تتركها الرسائل الاتصالية والإعلامية والنصوص والخطابات في المتلقي أو القارئ أو المستمع أو المتقبل بغية وصفها مضمونا وشكلا، وتبيان خصائصها وتغيراتها، ورصد مميزاتها الكمية والكيفية، وتحديد تيماتها وفئاتها ومؤشراتها.

10 معرفة أحوال المجتمع من خلال المضامين، بإبراز النفسيات الفردية، ومعرفة سلوكيات ومواقف وميول ورغبات واتجاهات المفحوصين بغية فهمها وتفسيرها وتقويمها واستثمارها والعمل بها، إما لمعالجتها، وإما لإصلاحها، وإما لتقويمها إيجابا وسلبا.

4- تحليل المضمون بين المنهجية الأداة والأسلوب.

هناك اختلاف جلي بين الباحثين حول تحليل المضمون، هل هو منهجية للتحليل والتركيب؟ أم أنه أداة للملاحظة والوصف؟ أم أنه أسلوب للبحث وجمع البيانات وتحليلها؟

وتأسيسا على ما سبق، فنمة من الباحثين والدارسين الأجانب من يعد تحليل المضمون منهجية في مجال البحث العلمي، وخاصة في مجال علوم الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية، ويعتبرونها مثل المنهجية الوصفية، والمنهجية التاريخية، والمنهجية التجريبية، والمنهجية المقارنة، والمنهجية البنيوية، باعتبارها تستند إلى مجموعة من الخطوات الإجرائية العامة. وبالتالي، تمتلك آليات تقنية مختلفة لمقاربة المضامين والمحتويات استقراء واستنباطا، كما ذهب إلى ذلك دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية، ما ذهب إليه أيضا جوزيف دينر (J.Dunner) في كتابه: (قاموس علم السياسة).

بيد أن هناك من يعتبرها مجرد تقنية وأداة في عملية الوصف، مثلها مثل: المقابلة، والملاحظة، والاستمارة، والروايز، والاختبارات التقويمية، ولم تصل بعد لتكون منهجية عامة في تحليل المعطيات، وتجميع البيانات، كما يذهب إلى ذلك بيرلسون (B.Berelson)... ولكن هناك من الباحثين من يعتبر تحليل المضمون أسلوبا في التحليل والمعالجة والتفسير والتقويم والتأويل. ومن هنا، فالأسلوب هو الذي يحدد مادة الدراسة. هل هي من طبيعة نفسية أو اجتماعية أو تاريخية أو تربوية أو ديداكتيكية...؟ كما يذهب إلى ذلك لويس ديكستر

(L.Dexter)، وكارل وارجيرون (K.Wargeron)، وريتشارد باد (R.Budd) في كتابه: (تحليل المضمون في الاتصال)⁴².

وإذا انتقلنا إلى الثقافة العربية، فإن السيد يس وجمال زكي في كتابهما: (أسس البحث الاجتماعي- 1966 م)، وعبد الباسط محمد في كتابه: (أصول البحث الاجتماعي-1971م) يعدون تحليل المضمون أسلوباً علمياً في وصف المحتويات الاتصالية كما وكيفا. أما زيدان عبد الباقي في كتابه: (وسائل الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارة الإعلامية -1974م)، فيجعل من تحليل المضمون منهجية وأداة للوصف والتحليل والمعالجة والاستنتاج في آن معا. ومن جهة أخرى، يعد أحمد أوزي تحليل المضمون أداة وتقنية وصفية للملاحظة والتحليل. وفي هذا الإطار، يقول أحمد أوزي: "يعد تحليل المضمون مجموعة من تقنيات التحليل للمادة الإعلامية، وهو ليس أداة، وإنما جملة من الأدوات. أو بتعبير أدق، إنه أداة متميزة بتنوع كبير في أشكالها، وقابلة للتكيف مع مجالات عديدة ذات طبيعة إعلامية.

إن تحليل المضمون عملية ذهنية متطورة ومتغيرة، تتلون وتتخذ شكل البحث، وتساير طبيعته. ومهما كان نوع الجهد الذهني المبذول في ممارسته، فإنه في نظرنا يظل أداة هامة من أدوات جمع البيانات، وشكلا من أشكال البحث، واستقصاء الحقائق. ولأجل ذلك كان تحليل المضمون في شكله الأولي والتلقائي قديما قدم الإنسان. فهو عمل ذهني يقوم به في كل لحظة من لحظات حياته بكيفية طبيعية. فحياة الإنسان كلها تقوم على التفاعل والتواصل مع غيره. وينعدم هذا التواصل والتفاهم، إذا عجز الطرف الآخر عن فهم سلوكنا، وتفسيره بمختلف أشكاله التعبيرية.⁴³

ويذهب عبد الكريم غريب المذهب نفسه، حينما يعتبر تحليل المضمون تقنية أو أداة للبحث الوصفي. وفي هذا الصدد، يقول الباحث: "لابد من الإشارة في بداية هذا المجال، إلى أننا في تحليلنا نعتبر تقنية تحليل المضمون أداة، شأنها شأن مختلف أدوات البحث التي يمكن أن توظف في منهج البحث العلمي (استمارة،

ومقابلة، وتحليل إحصائي، وملاحظة، وتجريب...). ولذلك، فإننا عندما نتحدث عن خطوات تقنية تحليل

المضمون، فإننا نقصد بذلك، المراحل الضرورية التي يتبعها الباحث خلال إعداد هذه التقنية وتوظيفها.

ويذهب كل من الدكتور لؤي عبد الفتاح والدكتور زين العابدين حمزاوي في كتابهما: (أساسيات في تقنيات

ومناهج البحث)، إلى أن تحليل المضمون منهجية للتحليل والدراسة في العلوم القانونية والاجتماعية. وفي

هذا السياق، يقول الباحثان: " ويتيح منهج تحليل المضمون، بصفة عامة، تحليل سلوك الأفراد والشخصيات

ومواقفهم من خلال المواد التي يكتبونها أو يقولونها. كما يتيح دراسة موقف الهيئات والمؤسسات، كتحليل

توجهات ومواقف حزب سياسي، مثلاً، من خلال افتتاحية الجريدة التابعة له.

وفي هذا المقياس سنستخدم تحليل المضمون في مجال تقييم الرأي العام ودراسته بمثابة تقنية وأداة لوصف

البيانات والمعطيات والوثائق والنصوص والخطابات، بغية معالجتها كميًا وكيفيًا، قصد البرهنة على صحة

الفرضية، أو بطلانها علمياً⁴⁴.

5 - خطوات تحليل المضمون:

عند استخدام تحليل المضمون هناك مجموعة من الخطوات التي يتعين على الباحث اتباعها للوصول إلى

النتائج المبتغاة وهي⁴⁵:

- صياغة مشكلة البحث ووضع التساؤلات والفرضيات.
- تحديد مجتمع البحث والعينة التي ستجرى عليها الدراسة التحليلية.
- اختيار وحدات التحليل المناسبة وتعريفها.
- إجراء دراسة استكشافية للتحقق من الصدق والثبات في الاستمارة التي يتم تصميمها لغرض التحليل.
- ترميز المضمون وتحديد نظام الحساب الكمي.
- تحليل البيانات المتحصل عليها.

- استخلاص النتائج.



شكل رقم (1) يمثل

خطوات تحليل المضمون.

6 - وحدات التحليل:

تعتبر وحدة التحليل أصغر عناصر تحليل المضمون، ولكنها أيضا من أكثرها أهمية، ففي المضمون المكتوب قد تكون وحدة التحليل كلمة أو مفردة أو موضوعا، أم كل المقال، وفي تحليلات التلفزيون أو الأفلام يمكن أن نستخدم الشخصيات والمشاهد وغيرها من الوحدات⁴⁶. وفي تحليل المضمون هناك مجموعة من الوحدات الأساسية التي تُقدم المساعدة لمحلل وقارئ النص للتعرف على أدق التفاصيل المرتبطة بتفسير النتائج التي تم الوصول إليها بعد تطبيق تحليل المضمون،

وعلى العموم فقد حصر بيرلسون وحدات التحليل في خمس وحدات رئيسية هي: الكلمة، الموضوع، الشخصية، الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، ومقاييس المساحة والزمن، وهي الوحدات التي يتم قياسها وعدها مباشرة، ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها دلالات معينة تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية.

• وحدة الكلمة: وهي أصغر وحدة من وحدات التحليل، وقد تأتي في شكل كلمة أو شعار أو رمز، عند اختيارها فإن الباحث ملزم بحساب تكرارات الكلمات التي تشير إلى موضوع دراسته بطريقة مباشرة في المضمون الإعلامي الذي يتم تحليله، فعلى سبيل المثال قد يدرس الباحث موضوع الثورات العربية أو الربيع العربي ويكون عليه في هذه الحالة أن يحسب تكرار كلمة الربيع العربي وكل ما ينوب عنها أو يشير إليها من كلمات في المضمون الإعلامي الذي يقوم بتحليله، وعادة ما يتم استخدام هذه الوحدة في حال كان المضمون الذي يتم تحليله محدودا وحجمه صغير، وتصبح غير مفيدة في حال المضمون الكبير الحجم وهنا يفضل تعويضها بوحدة الموضوع مثلا.

• وحدة الفكرة أو الموضوع: وهي من الوحدات المهمة في تحليل المضمون على أساس انه عبارة عن فكرة تدور حول مسألة معينة ، ويعد من أصعب وحدات التحليل لأنها تكشف عن الاتجاهات الرئيسة في مادة الاتصال وتختلف طبيعة الموضوعات باختلاف نوع المادة الإعلامية التي يتم تحليلها، ويمكن استخدام وحدة الموضوع كوحدة للعد والقياس وكفئة في نفس الوقت.

• وحدة الشخصية: وهي الوحدة التي تخضع الشخصيات الرئيسة والفاعلة في المضمون الإعلامي إلى التحليل في سياق الفكرة أو الاتجاه الذي تعبر عنه تلك الشخصية ، لاسيما عندما تكون فاعلة في المضمون موضع البحث ، وتعنى هذه الفئة بالتعرف على الصفات والسمات والخصائص التي تحملها الشخصيات في المضامين الأدبية الروائية والقصصية وفي الأعمال الدرامية السينمائية والتلفزيونية وفي رسوم المتحركة وبرامج الأطفال. مثال: صورة العربي بن مهيدي في السينما الجزائرية، هنا يتجه موضوع البحث للوقوف على الصفات (مختلف أنواع الصفات التي تحملها هذه الشخصية في الفيلم السينمائي الذي نقوم بتحليله).

• الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية (المفردة): يشيع استخدام هذه الوحدة في تحليل المضمون ويقصد بها الوحدة الطبيعية التي يستخدمها منتج مادة الاتصال، وهي تختلف باختلاف وسيلة الاتصال، إذ قد تكون كتاباً أو مقالة أو برنامجاً إذاعياً أو تلفزيونياً، وتستخدم المفردة بوصفها المادة الطبيعية للاتصال أي أنها كل متكامل سواء يحتوي على أفكار واتجاهات متعددة.

• مقاييس المساحة والزمن: تقسم هذه المقاييس تحليل المضمون إلى تقسيمات مادية مثل الحجم والمساحة في الصحافة، وزمن البرامج في الإذاعة والتلفزيون مُقاساً بالدقيقة أو الساعة، فبالنسبة للمساحة يقوم الباحث بقياس المساحة التي يحتلها الموضوع الذي يعالجه بالسنتيمتر المربع، والنتيجة المتحصل عليها تشير إلى مدى الأهمية التي يحتلها الموضوع المعالج بالنسبة لبقية المواضيع في الجريدة، أما فيما يخص الزمن فتحسب من خلاله المدة الزمنية للموضوع المعالج على الإذاعة أو التلفزيون، فطولها يعني الأهمية وقصرها يعني تدني مستويات الاهتمام، وتكون إما بالثواني أو الدقائق أو الساعات. وعلى العموم يمكن للباحث أن يعتمد على أكثر من وحدة للتحليل، حسب الفئات التي يقوم بتصميمها ومقتضيات الدراسة بوجه عام.

7 - فئات التحليل : فيها⁴⁷ :

عملية التفئمة في الأساس هي عملية تجزئة المحتوى إلى وحدات قابلة للقياس والعد ، انطلاقاً من جمع الخصائص أو الأوزان أو السمات المشتركة في المحتوى، وإعادة تصنيفها في عناوين جامعة ذات دلالة، لها علاقة مباشرة بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

لذلك يعرفها مادلين قرويتز Grawitz Madeline بأنها " خانات ذات دلالة على أساسها يصنف ويكمم محتوى الاتصال، و يرى يوسف تمار بأنها " عملية تقسيم المحتوى إلى منظمة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة"، وهذا التجميع عبارة عن عملية تقليص لنص الرسالة على أساس الاحتفاظ فقط بما له علاقة بفرضيات الدراسة وتساؤلاتها ، وعليه لا توجد فئات جاهزة صالحة لكل

الموضوعات بل لكل موضوع فئاته الخاصة به ، كما لكل طبيعة محتوى خصوصياته التي تميزه وتميز فئاته⁴⁸.

ومن أجل تحقيق فعالية وجودة عالية لعملية التحليل لا بد من توافر جملة من الشروط الأساسية في بناء فئات التحليل ، يمكن إجمالها في ما يأتي⁴⁹:

- الشمولية: *Exhaustivity* إذ يجب أن تكون الفئات سائحة بتصنيف كل محتوى الاتصال الذي يلاءم إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها ، لذلك يجب أن تأخذ عملية التقيئة في اعتبارها كل وحدة من وحدات التحليل ، وإذا تم اكتشاف مثال أو اثنين غير اعتياديين ، فبالإمكان إضافة فئة جديدة مصنفة تحت اسم أخرى .
 - الاستقلالية : أي عدم تداخل الفئات فيما بينها ، بحيث تشمل كل فئة مظهرا أو موضوعا أو فكرة مستقلة عن باقي الفئات، لذلك ينصح الطلبة والباحثون بضرورة تعريف الفئات تعريفا دقيقا جدا ، وان اقتضى الأمر إبراز مؤشرات قياس كل فئة في المحتوى، لأن ذلك من شأنه أن يحقق الاستقلالية في التصنيف.
 - الوضوح : يجب أن تكتسي عملية التقيئة وضوحا ودقة تامين حتى يتسنى ضبط عملية التحليل ، لذلك يلجأ لتحقيق أعلى مستوى من الوضوح والدقة زيادة على تعريف الفئات ، إجراء اختبارات الثبات بحيث لو كان هناك عدة مرمزين لنفس المحتوى لحصلنا على نفس النتائج.
 - الملائمة : لا بد على الفئات التي تم تعيينها أن تكون على علاقة بأهداف الدراسة ، وخاصة في الإجابة على تساؤلاتها، وفي هذا السياق كثيرا ما ينصح الطلبة بجعل التساؤلات الأساسية الفرعية من الدراسة نفسها الفئات الرئيسية والفرعية للتحليل، وهذا حتى يتسنى تحقيق الانسجام التام بين التساؤلات والتحليل المطلوب.
- وتتقسم فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين وهما: **فئات الموضوع (ماذا قيل؟)**، و**فئات الشكل (كيف قيل؟)**، ويمكن للباحث تحت هذا التقسيم العام أن يضع تحت كل فئة مجموعة من الفئات الفرعية المرتبطة بموضوع بحثه، ويمكن تحديد أهمها كما يلي⁵⁰:

❖ فئات الموضوع: ماذا قيل؟:

وتتضمن مجموعة من الفئات الفرعية من بينها:

- فئة الموضوع: وتعتبر الفئة الأكثر استخداما في تحليل المضامين الإعلامية، وتقوم بتصنيف المحتوى على أساس الموضوعات التي يتضمنها ويدور حولها، مما يسمح بالوقوف على تكرارات هذه المواضيع للتعرف على الأهمية التي تكتسبها في التداول الإعلامي لوسيلة معينة، ويتم تقسيم كل موضوع رئيسي لمجموعة من الموضوعات الفرعية، شرط أن تتسم هذه الموضوعات بوضوحها في إطار المادة الإعلامية ، مما يجعل من السهل تحليلها.

فئة الاتجاه: وهي الفئة التي توشح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضوع التحليل، بالنسبة للقضايا أو الواقف، فإذا كانت فئة الموضوع تركز على سبيل المثال على احتلال موضوع الأزمة الاقتصادية نسبة الصدارة من اهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بواقع 50% من الموضوعات، فإن الاتجاه يوضح أن هذه الفئة تؤيد أو تعارض هذه القضية، وتطرح هذه الفئة مشكلة أساسية تتعلق بصعوبة تحديد الاتجاه سواء كان مؤيدا أو معارضا أو محايدا

- فئة المستويات او المعايير: وترتبط هذه الفئة بفئة الاتجاه لأنها تدور حول السؤال كيف يصنف الباحث الموضوع الى اتجاهات؟ أي المعايير التي تحدد الاتجاه المؤيد او المعارض او المحايد.
- فئة القيم: او الاهداف او الاحتياجات وهي صالحة في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات والاشخاص والتي تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه موضوعات او قضايا معينة.
- فئة السمات: سواء سمات الشخص أو سمات المجتمع .. فبالنسبة لسمات الشخص وخصائصه تقسم هذه الفئة الى سمات أولية كالجنس والسن والمهنة والحالة الاجتماعية والمستويات التعليمية وكذلك السمات النفسية والاجتماعية، كما يمكن أن تتضمن خصائص ومميزات الجماعات والمؤسسات والسياسات وغيرها،

وتفيد وتفيدنا هذه الفئة في معرفة تصورات القائمين بالاتصال للأوصاف والسمات التي يريد إبرازها وتلك التي يريد إخفاءها،

■ فئة الاساليب المتبعة : أي الطرق والوسائل التي اتبعت لتحقيق اغراض العمل او الرسالة او المضمون ويندرج تحتها كافة الاساليب التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها وهل هي أساليب تحليلية أم طرح أفكار ام فرض آراء واتجاهات معينة.

■ فئة الفاعل: أي الاشخاص والجماعات التي ظهرت في المحتوى وقامت بدور ما في تنفيذ اعمال معينة.

■ فئة المصدر: أي مصدر المحتوى لمن تنسب الأقوال أو التصريحات وبالتالي تحدد مدى الثقة في هذه التصريحات، ومن بين أهم المصادر نجد: شهود العيان، وكالات الأنباء المحلية والدولية، الصحف الوطنية والدولية، التلفزيونات الوطنية والدولية، المراسلون، مواقع التواصل الاجتماعي...

■ فئة مكان الحدث او المعلومة: والذي يفيد في معرفة اتجاه المعلومة ومدى صدقها وامكانية تعميمها والكشف عن اتجاهات المحتوى في وسائل الإعلام التي توجه أو تصدر عن مناطق معينة وارتباط هذه الاتجاهات باتجاهات المنطقة.

■ فئة الجمهور المستهدف: أي الجماعة أو الجماعات التي يوجه إليها المحتوى، وتفيد هذه الفئة في معرفة هدف القائم بعملية الاتصال هل هو يستهدف جماعة معينة أمام الجمهور العام؟

❖ فئات الشكل: كيف قيل؟

وهي تلك الفئات التي تسعى إلى وصف شكل المادة الإعلامية والقوالب المختلفة التي قدمت من خلالها، وهي في المجمل تجيب على السؤال المطروح: كيف قيل؟ أي كيف قدمت المادة الإعلامية المعنية بالتحليل، وتكمن أهمية هذا النوع من الفئات في كونها تمنح الباحث مؤشرات قوية على مدى اعتمام القائم بالاتصال بالمضمون الذي يعالجه، وهي في كثير من الأحيان موجهة، غرضها غرس أفكار او تثبيت قناعات معينة يريد القائم بالاتصال ترسيخها لدى المتلقي، وهناك عدد من فئات الشكل نذكر منها:

1- فئة شكل المادة الاعلامية/ القوالب الفنية: ففي الصحف يمكن التفرقة بين الأشكال التالية: الأخبار، المقالات، الحوارات، القصة الاخبارية، التقرير الصحفي، الافتتاحية، العمود، كما يمكن تصنيف المواد السمعية البصرية إلى: أفلام، أغاني، دراما، منوعات، أحاديث...

2- فئة شكل العبارات: من حيث تعبيراتها الزمانية (ماضي، حاضر، مستقبل) أو تعبر عن حقائق أو أمانى أو عبارات تفضيل. وهذه الفئة يندر استخدامها (منفرده) نظرا لتداخلها مع فئات اخرى ولذلك فهي تستخدم كمؤشرات للاستدلال على معانى لفئات أخرى.

3- فئة اللغة المستخدمة: وهى فئة مهمة نظرا لما يترتب عليها من فهم الجمهور للرسالة واستيعابها، واللغة المستخدمة في تقديم المادة الإعلامية إما أن تكون الفصحى أو الفصحى المبسطة أو العامية، واللغة المستخدمة غالبا تتحدد حسب نوع الجمهور الموجهة إليه الرسالة وطبيعة المادة أو المحتوى. كما يمكن تقسيم اللغة إلى مؤشرات أخرى (لغة مباشرة، لغة غير مباشرة، لغة متداولة، لغة غير متداولة...)

4 - فئات الزمن والمساحة: وهى خاصة بالمساحة أو الزمن المخصص للمادة الإعلامية سواء في الجريدة او المجلة أو في المواد السمعية البصرية فيما يخص فئة الزمن، وهو ما يمكن تسميته بالحجم ويشير الى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه.

فبالنسبة للجريدة أو المجلة أو الكتاب على سبيل المثال، تشير المساحة المستغلة لتقديم مضمون معين إلى الأهمية التي يوليها القارئ بالاتصال إلى ذلك الموضوع، ويمكن للباحث إدراك مدى الاهتمام بالموضوع بناء على المساحة التي خصصت له في التناول، ويتم قياس مساحة المواضيع بحساب المساحة الكلية للوسيلة (جريدة مثلا)، ثم حساب مساحة الموضوع محل الدراسة، ثم استخراج النسب مقارنة بالمساحة الكلية.

وفما يخص الزمن فهي فئة مخصصة للمحتوى السمعي البصري، فيقوم الباحث بحساب المدة الزمنية المخصصة للمواد التي يريد تحليلها، بالثواني أو الدقائق أو الساعات.

5- فئة الموقع: وبالنسبة للترتيب للمادة الإعلامية في الصحف، فإن الصفحة الأولى في الجرائد تأتي في المقدمة تليها الصفحة الأخيرة ثم الصفحة الثالثة ثم صفحتي الوسط ثم بقية الصفحات.. الصفحة اليسرى أهم من اليمنى والجزء الأعلى أهم من الجزء الأسفل.. وفي المجالات الصفحات الأربع للغلاف الأكثر أهمية تليها صفحة الوسط، وتشير فئة الموقع هنا عموماً إلى أهمية الموضوع من حيث الترتيب ومساحة العرض وكذلك لتكرار واستخدام بنط كبير في الكتابة أو استخدام الألوان والصور والرسوم واستخدام العناوين الفرعية أما بالنسبة للمواضيع السمعية البصرية فإن هناك أوقات تكتسي أهمية كبيرة في استقطاب جمهور المستمعين أو المتفرجين، (أوقات الذروة على سبيل المثال).

6- فئة العناصر التيبوغرافية: وتشير إلى الكيفية التي تم من خلالها تقديم المحتوى، لما لها من أهمية في التأثير على الجوانب النفسية للقراء أو المستمعين أو المشاهدين، ومن أهم فروعها نذكر:

- العناوين: عناوين رئيسية، فرعية، عناوين دالة، استقهامية، عناوين عريضة (مانشيت)، عناوين ممتدة، عناوين تمهيدية، عناوين ثابتة...
- الصور والرسومات: عمق الصورة، الألوان المستخدمة فيها، وظائف الصورة طريقة التصوير، اللقطات...
- الألوان: ساخنة (أحمر، برتقالي، ذهبي، القرميدي) باردة (الأخضر، الأزرق، البني، الوردي، البنفسجي..) الألوان المعدلة (الأبيض و الأسود)...

8- صدق وثبات استمارة تحليل المضمون⁵¹:

- الصدق: يقصد بصدق التحليل هو التحقق من صلاحية أسلوب قياس الموضوعات والظواهر التي يريد الباحث تحليلها واستخلاص نتائج يعتمد عليها ومن ثم العمل على تعميمها، والصدق هنا صدق أداة وإجراءات القياس للتأكد من صحته في الدراسة وصلاحيته سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات

وبدرجة عالية من الكفاءة والدقة، ويعد صدق المحتوى (*Validity Content*) أبسط أشكال الصدق إذ تمثل بنود ومكونات التحليل والمفاهيم.

■ **الثبات:** يقصد بالثبات الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على المفردات نفسها في المواقف والظروف نفسها، ويوجد طرق عدة لإيجاد ثبات التحليل وهي:

أ. الاتساق أو الثبات بين المحللين المختلفين: أي أن يتوصل باحثان و أكثر يعملان بشكل مستقل وان يتوصل كل باحث منهم إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل ووحداته نفسها على المضمون نفسه.

ب. الاتساق الزمني: أي ان يتوصل الباحث أو الباحثون إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل ووحداته نفسها على المضمون نفسه اذا جرى التحليل في أوقات مختلفة. كأن يقوم الباحث باستخدام الاتساق بين باحثين للتوصل إلى النتائج ويقوم باحث آخر بإخضاع المادة نفسها ، ثم تطبيق معامل هولستي للثبات.

$$\frac{م2}{ن1+ن2} = \text{معامل الثبات}$$

حيث أن م = عدد الحالات المتفق عليها .

ن1 = عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (1).

ن2 = عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (2).

الهوامش:

- ¹- محمد سيد فهمي: طريقة العمل مع الجماعات بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001 ص15.
- ²- عدلي سليمان: الأسس النظرية التطبيقية للعمل مع الجماعات الإنسانية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2011، ص355.
- ³- مختار التهامي، الرأي العام، م س ذ، ص 201.
- ⁴- المرجع السابق، ص ص 201، 203.
- ⁵- للمزيد أنظر: عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، م س ذ، ص - ص 159، 160.
- ⁶- صالح بن حمد العساف، المدخل إلى العلوم السلوكية، ط4، مكتبة العبيكان، الرياض، 2006، ص - ص 412، 413.
- ⁷- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، م س ذ، ص - ص 160، 161.
- ⁸- نائل حافظ العواملة: أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية وتطبيقها في الإدارة، ص 320.
- ⁹- محمد محمد الهادي، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1990، ص 112.
- ¹⁰- نائل حافظ العواملة، م س ذ، ص 320.
- ¹¹- صالح بن حمد العساف، م س ذ، ص 408.
- ¹²- للمزيد أنظر:
- ¹³- عريفج سامي، مصلح خالد، مفيد حواشين، مناهج البحث العلمي وأساليبه، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1990، ص 312.
- ¹⁴- محمد محمد الهادي، م س ذ، ص - ص 145، 146.
- ¹⁵- للمزيد أنظر: ثابتي الحبيب، استخدام منهجية الملاحظة المشاركة لتطهير و أنسنة أدوات تحليل العمل وتوصيف الوظائف، مجلة الحكمة، العدد الرابع، سبتمبر، ديسمبر 2010، ص - ص 58، 79.
- ¹⁶- عريفج سامي وآخرون، م س ذ، ص 313.
- ¹⁷- أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية و اقتصادية، دار وائل للنشر، عمان، 1998، ص 213.
- ¹⁸- صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص 180.
- ¹⁹- عامر ابراهيم قندليجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية، م س ذ، ص 174.
- ²⁰- *Maurice Angers : initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines. Collections techniques de recherches, casbah, Alger, Algérie, 1997*
- ²¹- محمد باسط عبد الصمد، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، مصر 1982، ص - ص 30، 31.
- ²²- نبيل حميدشة، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع 8، جوان 2012، ص 99.
- ²³- غازي عناية، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص - ص 149، 151.

- 24- روجي ويمر، م س ذ، ص - ص 367، 369.
- 25- بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص - ص 263، 265.
- 26- المرجع السابق، ص 265.
- 27- طه عبد العالي نجم، مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005، ص - ص 311، 312.
- 28- أمنة بلعلی، . أسئلة المنهجية العلمية، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 89.
- 29- للمزيد أنظر، خالد الهادي، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 1996.
- 30- عبد الرحمن سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص - ص 270، 271.
- 31- المرجع السابق، ص - ص 271، 272.
- 32- أمنة بلعلی، م س ذ، ص - ص 90، 91.
- 33- للمزيد أنظر: منال المزاهرة، م س ذ، ص - ص 211، 212.
- 34- سامي عر ينج، في مناهج البحث العلمي وأساليبه، ط 2، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص - ص 70، 72.
- 35 - Bernald Berlson ; Content Analysis in Communication Research ,Hafner Pub, New York, 1971,p 71 cité par Jean De Bonville, l'Analyse de contenu des médias, De Boeck, Bruxelles,2000 ,p9.
- 36- محمد جمال الدين عبد الحميد، بعض مداخل تحليل المضمون وتطبيقاتها في مناهج العلوم الطبيعية، منشورات جامعة قطر، الدوحة، 2009، ص 197.
- 37- المرجع السابق، ص - ص 197 - 198.
- 38 - Steve Stemler, An Overview of content analysis ,Practical assessment, Research and Evaluation, 7(17),2001,p138.
- 39- رشدي أحمد طعيمة، تحليل المضمون في الدراسات الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص - ص 95 - 110.
- 40- للمزيد أنظر: روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
- 41- للمزيد أنظر : جميل حمداوي، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، كتاب إلكتروني متاح على الرابط:
www.alukah.net/books/files/book_9552/.../contentanalysis.docx، تاريخ الزيارة، 24 نوفمبر 2017، 14:00.
- 42- جميل حمداوي، تحليل المضمون، متاح على الرابط:
<http://www.almothaqaf.com/qadaya2009/69363.html>، تاريخ وزمن الزيارة، 2017/11/25، 12:00.
- 43- المرجع السابق.

⁴⁴ - نفسه.

⁴⁵ - Erick Barnow(Ed), International Encyclopedia of Communication, Oxford University Press, Oxford, Voll, 2009, P-P 403- 407.

⁴⁶ - روجر ويمر، م س ذ، ص 293.

⁴⁷ - سمير محمد حسين،

⁴⁸ - محمد البشير بن طيبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد

14/13 ديسمبر 2015، ص 321.

⁴⁹ - المرجع السابق، ص - ص 321 - 322.

⁵⁰ - للمزيد أنظر: سمير حسين، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2006.

- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

⁵¹ - للمزيد أنظر :

- Robert Philip Weber, Basic Content Analysis, 2nd ED, Quantitative applications in the Social sciences, Sage Publication, London, 1990.

**المحور الرابع: العينات
وطرق اختيارها في بحوث
الرأي العام**

المحاضرة الحادي عشرة: البحوث الشاملة وبعوث العينات

تهدف هذه المحاضرة إلى تعريف الطالب على أسلوب العينات وأنواعها الرئيسية وأساليب اللجوء إليها. كما يهدف المضمون هنا إلى مناقشة المفاهيم الأساسية حول موضوع العينات

تهييد: يتعين على الباحث قبل البدء في بحثه ودراسته حول الرأي العام والظواهر المتعلقة به أن يحدد ما إذا كان سيخضع بياناته من كل وحدات المجتمع الذي قام بتحديدده ، أم على عينة منه فقط، وهنا يجد نفسه أمام نوعين من البحوث فيما يتعلق بنطاق الدراسة، إما البحوث الشاملة أو بحوث العينات.

1- البحوث الشاملة: وهي البحوث التي تجرى على كل وحدات المجتمع، كما يحدث في الإحصاءات العامة (إحصاء السكان مثلاً...) غير أن هذه الطريقة كثيرة التكاليف وتحتاج إلى وقت طويل وإمكانات هائلة لا تتوفر كلها أو بعضها للباحثين، ويكفي في هذا الصدد الإشارة إلى مقدار الجهد والوقت الذي يبذل عندما تقوم بعض الحكومات بإحصاء قومي عام كل عشر سنوات تقريباً، مع أن الإحصاء لا يشتمل إلا على عملية بسيطة، بينما تتطلب بعض البحوث التعمق في دراسة الحالات، بالإضافة إلى أن جمع البيانات من جميع أفراد المجتمع يؤدي إلى أخطاء كثيرة نتيجة لكثرة عدد الأفراد، وضخامة الجهود اللازم لجمع البيانات منهم فضلاً على أن إجراء البحث على جميع أفراد المجتمع يؤدي إلى الملل من كثرة الأبحاث التي تجرى عليهم تبعاً، مما يدفعهم إلى عدم التعاون مع الباحثين، كما تعتبر دراسة المجتمع كله في حالة تجانسه بمثابة ضياع للوقت والجهد بلا مبرر .

غير أننا يجب أن نقر بأن أهم ميزة لأسلوب الحصر الشامل هي تجنب الأخطاء الخاصة بالتعميم والتي تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين من المجتمع (العينة) في الحكم على المجتمع ككل، كما

أننا يجب أن ننوه إلى أن هناك ضرورة تستلزم استخدام الحصر الشامل، خاصة إذا كان المجتمع المبحوث محدوداً، أو قليل العدد، كعمال في مؤسسة معينة، أو القائم بالاتصال في مؤسسة إعلامية ما¹.

3- بحوث العينات: وهي البحوث التي تلجأ للعينات بهدف بناء نماذج مصغرة من المجتمع الكلي، إن البحث بطريقة العينة فهو الذي نبحت فيه حاله جزء معين (أو نسبة معينة) من أفراد المجتمع الأصلي ثم نقوم بعد ذلك بتعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله بتكلفة أقل كثيراً من البحث الشامل، ومن أمثلة أهم البحوث بالعينة التي تجري على أرض الواقع تلك البحوث التي تستخدم مسح ميزانية الأسرة وُبحوث القوى العاملة والتي عادة ما تجريها الحكومات أو المؤسسات الدولية أو الإقليمية. كما تشمل مسوحات التجارة والصناعة والمساكن وأبحاث استطلاع الرأي .

ويتم اللجوء إلى بحوث العينات بغية الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم على المجتمع المستخرجة منه، وتجدر الإشارة هنا إلى أنه بغية الوصول إلى جزء من نتائج المسح السكاني الشامل يتم اللجوء إلى عينات تبنى على أساس معلومات يتم تجميعها لتقدم بعض خصائص المجتمع المراد دراسته، فالعينات تسمح بالحصول - في حالات كثيرة- على المعلومات المطلوبة مع اقتصاد ملموس في الموارد البشرية والاقتصادية والزمنية، دون أن تؤدي ذلك إلى الابتعاد عن الواقع المراد معرفته، لذلك يتم اللجوء في دراسات الرأي العام إلى بحوث العينات².

4- الفرق بين بحوث العينات والبحوث الشاملة: وحدداً أ/ د عاطف العبد فيما يلي³:

- اختصار الوقت والجهد والمال مقارنة بما يحتاجه البحث عن طريق العينة.
- يمكن الحصول بسهولة على الإجابات الدقيقة إذا ما استخدمنا جزءاً من المجتمع الكلي، ويسهل تتبع غير المستجيبين في حالة البحث بالعينة، بينما يكون ذلك صعباً جداً في حالة الحصر الشامل، فمثلاً في حالة الاستبيانات المرسلة عبر البريد نجد أنه في حالة إرسالها لأفراد المجتمع كله يكون من الصعب الضغط

على الذين لم يستجيبوا للرد حتى ولو كان الرد إجباريا، لكثرة عدد الأفراد، بينما في حالة العينات يمكن عادة لقلّة عدد الأفراد متابعتهم بالاتصالات المتتالية أو بالزيارات الشخصية، كما يمكن الاطلاع على إجاباتهم فور ورودها، فإذا ما كانت ناقصة اتخذنا إجراءات لاستكمالها.

■ يمكن الحصول من أفراد العينة على بيانات أكثر ما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع كله، مما يجعلنا نتعمق في الدراسة، لإمكان الحصول على باحثين مدربين أو يمكن تدريبهم لقلّة عددهم، حتى يمكن الحصول على الإجابات التي تحتاج إلى شرح بعض المصطلحات أو المفاهيم المتعلقة بالسؤال.

■ يساعد استخدام جزء من المجتمع على إنجاز مهمة جمع البيانات وتلخيصها وتحليلها في أقل وقت، وهذا سهل جدا خاصة إذا أوردنا بعض المعلومات عن المجتمع على وجه السرعة، مثلا الاستطلاع الفوري للرأي العام حول قضية ما.

■ طبيعة المجتمع محل الدراسة قد تفرض على القائمين بالبحث استخدام أسلوب العينات فقط كإجراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما في واحدة من القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

5- مفهوم العينة : العينة هي جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي نرغب

في التعرف على خصائصه ويجب أن تكون تلك العينة ممثلة لجميع مفردات هذا المجتمع تمثيلا صحيحا .

■ والعينة هي جزء من المجتمع ونقوم بدراستها للتعرف على خصائص المجتمع التي سحبت منه هذه العينة

- ولكي تصلح النتائج التي نحصل عليها للتعبير عن المجتمع لا بد وان تكون العينة ممثلة للمجتمع (أي

جميع المفردات المراد بحثها) تمثيلا صحيحا .

■ واستخدام العينات معروف منذ القدم ونشاهد له أمثلة عديدة في الحياة العملية فالكيميائي في معمله يقوم

بدراسة خواص المادة من واقع عينة من هذه المادة والطبيب يقوم بتحليل دم المريض من واقع عينة صغيرة

تتكون من بضعة نقاط من دمه الخ .

■ ويتم إتباع دراسة العينات وأسلوب المعاينة وذلك اختصاراً للوقت وتوفيراً للجهد والنفقات ولرفع مستوى العمل البحثي وجعله أكثر دقة وذلك لأن دراسة عدد قليل من المفردات أو الحالات يتيح للباحث فرصة جمع معلومات دقيقة وكثيرة عن كل مفردة أو حالة .

■ و يمكن تعريف العينة بأنها شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث، وبذلك نصوغ التعريفات التالية:

■ مجتمع الدراسة: كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.

■ العينة: مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة.

■ المفردة: أحد الأفراد أو المشاهدات التي يتم اختيارها ضمن العينة.

إن اختيار العينة بشكل دقيق ومناسب يعطي نتائج مشابهة إلى حد كبير للنتائج التي يمكن الحصول عليه عند دراسة كامل مجتمع الدراسة، وبشكل عام كلما كان حجم العينة اكبر كلما زاد تمثيلها لخصائص المجتمع موضوع الدراسة، لذلك يمكن تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال دراسة العينة على مجتمع الدراسة الأصلي⁴.

6- أسباب استخدام العينات هناك أسباب كثيرة تمنع الباحث أو لا تساعده لإجراء الدراسة على كامل مجتمع الدراسة، مضطراً بذلك لإجراء الدراسة على جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره بطريقة معينة، ونوجز هذه الأسباب بما يلي⁵:

■ التكلفة والجهد وطول الوقت : فقد يكون مجتمع الدراسة يقع على مساحة جغرافية كبيرة مما يضطر الباحث للتنقل لمسافات طويلة لفحص عناصر المجتمع، مما يكلف مالا وجهداً ووقتاً طويلاً، كما هو الحال لو كان موضوع الدراسة؛ العلاقة بين دخل الأسرة الأردنية ومستوى التعليم لرب الأسرة، فإن إجراء الدراسة على كامل الأسر الأردنية يتطلب تكلفة عالية وجهداً كبيرين لجمع البيانات، خاصة إذا كانت الدراسة لمساعدة متخذي القرار على اتخاذ قرار مناسب وسريع، لذلك يمكن إجراء الدراسة على عينة ممثلة ومن ثم تعميم النتائج.

- ضعف الرقابة والإشراف والدقة : إن كبر مجتمع الدراسة يؤدي إلى ضعف الضبط والرقابة في جمع البيانات، لتعدد العاملين على جمعها، بالإضافة إلى أن طريقة المسح الشامل تستغرق وقتا طويلا، فتحدث تغيرات على مجتمع الدراسة، كما لو كانت الدراسة على سكان بلد كبير مثل الهند أو الصين والتي تستغرق وقتا طويلا تحدث خلاله الكثير من الولادات والوفيات مما يؤثر في نتائج الدراسة.
- التجانس التام : فعندما تكون عناصر المجتمع متجانسة بشكل تام فإن نفس النتائج يمكن الحصول عليها سواء أجريت الدراسة على كامل المجتمع أو على أجزاء منه، فعند إجراء الدراسة على مادة كيميائية بتركيز معين لمختبرات وزارة التربية يكفي إجراء التجربة على جزء من المادة لأن المادة متجانسة.
- تلف العناصر نتيجة اخذ المشاهدات عليها: لمعرفة مدى صلاحية منتج معين من المعلبات لا يعقل فتح جميع العلب للفحص والمعاينة.
- عدم إمكانية حصر مجتمع الدراسة : فإذا كان موضوع الدراسة اختبار فعالية علاج معين جديد لمرض السرطان فلا يمكن حصر جميع المصابين والذين سيصابون بالمرض مستقبلا.
- حساسية التجربة : إذا كان موضوع الدراسة طريقة جديدة لتعليم مبحث ما، فلا يعقل تطبيق الطريقة الجديدة على جميع الطلبة قبل التأكد من فعاليتها، ومن المنطقي إن تجرى التجربة على عينة من الطلبة، وفي ضوء النتائج يتم اتخاذ القرار المناسب بشأنها.

7- خطوات اختيار العينة: بغرض انتقاء عينة البحث يتبع الباحث عددا من الخطوات الضرورية الواجب

اتباعها في تحديد وانتقاء عينة الدراسة وهي⁶:

- تسمية وتحديد مجتمع البحث الأصلي بكامل مكوناته، فعلى القائم بالدراسة أي الباحث أو مساعديه تعريف وتحديد المجتمع الأصلي بمكوناته وسماته الأساسية، وأن يكون هذا التحديد واضحا ودقيقا، فإذا م كان سعي الباحث إلى دراسة توجهات الطلبة نحو استخدام المصادر الإلكترونية في البحث العلمي، توجب عليه أن يحدد ويعرف مجتمع البحث الأصلي أولا، وهنا ينبغي عليه أن يتساءل: هل أن أفراد

المجتمع الأصلي هم طلبة كليات وجامعات الجزائر مثلا، أم طلبة جامعة أم البواقي فقط، وقد يكون المطلوب هم طلبة جامعة واحدة فقط، مقسمون على كلياتها وأقسامها المختلفة.

■ تشخيص أفراد مجتمع الدراسة، وعلى هذا الأساس، فإنه ينبغي على الباحث أن يعتمد على تهيئة وإعداد قوائم بأسماء الأفراد الموجودين في المجتمع الأصلي للدراسة، كأن تكون بأسماء طلبة الجامعات والكليات المعنية بالدراسة، أو بعد اللجوء إلى سجلات الجامعة نفسها لإعداد القوائم المطلوبة، والتي تعكس بشكل متكامل وحدات المجتمع الأصلي المطلوب دراسته واختيار العينات منه.

■ اختيار وتحديد نوع العينة: ففي هذه المرحلة يختار الباحث العينة التي سيوزع عليها استمارة الاستبيان مثلا، فإذا كان المجتمع الأصلي متجانسا في الخصائص والسمات المطلوب دراستها، فإن أي نوع من العينات يفي بالغرض، أما إذا برزت اختلافات وظهر التباين في الجوانب المراد دراستها - وهذا ما يحدث في الغالب - فإن شروطا محددة في العينات مطلوب توفرها كأن تكون العينة طبقية تناسبية، أو منتظمة... وكلها تعطي الفرصة لكل أفراد المجتمع الأصلي ليكونوا ضمن العينة التي يتم اختيارها.

■ تحديد العدد المطلوب من الأفراد أو الوحدات في العينة، والمقصود به حجم العينة المراد توزيع الاستبيان على أفرادها، مثلا 200 طالبا من أصل 10000 طالب في المثال سابق الذكر، وهنا لابد من الإشارة إلى أن حجم العينة يتأثر بعوامل عدة من أهمها: مقدار الوقت المتوفر لدى الباحث، وإمكانياته العلمية، والمادية، ومدى التجانس أو التباين في خصائص المجتمع الأصلي المطلوب التعرف عليها، ودرجة الدقة المطلوبة في البحث ومستواه وغاياته.



خطوات اختيار العينة

8 - حجم العينة في بحوث الرأي العام: لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعينة من العينات بقواعد جامدة، لأن

الأمر يتغير من حالة إلى حالة أخرى حسب طبيعة المجتمع المدروس، وأسلوب دراسته، وموضوع البحث ومدى وفرة المال والوقت والبشر.

ولحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله، حيث أن توزيع المعاينة

للوسط الحسابي يقترب من التوزيع الطبيعي كلما زاد حجم العينة، وهناك عوامل عديدة يتحدد في ضوءها

حجم العينة⁷:

- طبيعة المجتمع المدروس.
- أسلوب الدراسة.
- موضوع البحث.
- مدى وفرة المال والوقت اللازم والكادر البشري.

- مدى الدقة التي نريد أن تعرف بها الظاهرة موضوع البحث.
 - تؤثر الاجراءات المستخدمة في الاستقصاء على حجم العينة فالعينة المنتظمة تتطلب عددا أقل من المفردات، والعينة العشوائية البسيطة تحتاج إلى عدد كبير نوعا ما، كما يتوقف حجم العينة على عدد الفئات التي سيعتمد عليها تحليل النتائج، فكلما زادت التقسيمات أو التفاصيل كلما زاد حجم العينة المطلوبة (النوع، السن، التعليم...)
- أما بالنسبة لعينات تحليل المضمون فيجب مراعاة المستلزمات العامة للعينة العشوائية أو الاحتمالية بالإضافة إلى ذلك فإن أغلب دراسات المضمون تتطلب تعدد مراحل إجراءات اختيار العينة قبل الحصول على العينة النهائية للمضمون الذي سيتم تحليله: عينة بأسماء الصحف... ثم عينة من مقالاتها... ثم عينة من مضمون المقالات... إلخ.

حجم عينة البحث | إذا كان مجتمع البحث متجانساً

حجم مجتمع البحث	حجم العينة	حجم مجتمع البحث	حجم العينة	حجم مجتمع البحث	حجم العينة
10 ⇒	10	220 ⇒	140	1200 ⇒	291
15 ⇒	14	230 ⇒	144	1300 ⇒	297
20 ⇒	19	240 ⇒	148	1400 ⇒	302
25 ⇒	24	250 ⇒	152	1500 ⇒	306
30 ⇒	28	260 ⇒	155	1600 ⇒	310
35 ⇒	32	270 ⇒	159	1700 ⇒	313
40 ⇒	36	280 ⇒	162	1800 ⇒	317
45 ⇒	40	290 ⇒	165	1900 ⇒	320
50 ⇒	44	300 ⇒	169	2000 ⇒	322
55 ⇒	48	320 ⇒	175	2200 ⇒	327
60 ⇒	52	340 ⇒	181	2400 ⇒	331
65 ⇒	56	360 ⇒	186	2600 ⇒	335
70 ⇒	59	380 ⇒	191	2800 ⇒	338
75 ⇒	63	400 ⇒	196	3000 ⇒	341
80 ⇒	66	420 ⇒	201	3500 ⇒	346
85 ⇒	70	440 ⇒	205	4000 ⇒	351
90 ⇒	73	460 ⇒	210	4500 ⇒	354
95 ⇒	76	480 ⇒	214	5000 ⇒	357
100 ⇒	80	500 ⇒	217	6000 ⇒	361
110 ⇒	86	550 ⇒	226	7000 ⇒	364
120 ⇒	92	600 ⇒	234	8000 ⇒	367
130 ⇒	97	650 ⇒	242	9000 ⇒	368
140 ⇒	103	700 ⇒	248	10000 ⇒	370
150 ⇒	108	750 ⇒	254	15000 ⇒	375
160 ⇒	113	800 ⇒	260	20000 ⇒	377
170 ⇒	118	850 ⇒	265	30000 ⇒	379
180 ⇒	123	900 ⇒	269	40000 ⇒	380
190 ⇒	127	950 ⇒	274	50000 ⇒	381
200 ⇒	132	1000 ⇒	278	75000 ⇒	382
210 ⇒	136	1100 ⇒	285	100000 ⇒	384

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610

المحاضرة الثانية عشر: أنواع العينات في بحوث الرأي العام

أولاً: العينات غير الاحتمالية

الهدف العام للمحاضرة هو تعريف الطالب على العينات غير الاحتمالية وكيفية تطبيقها في بحوث الرأي العام

تنقسم العينات التي تستخدم في بحوث الرأي العام إلى نوعين هما: العينات الاحتمالية، والعينات غير الاحتمالية:

العينات غير الاحتمالية: وهي العينات التي يتم اختيارها وفق أسس غير سليمة، وتتخلص عيوبها في أنها لا تمثل المجتمع المأخوذة منه تمثيلاً صحيحاً أو علمياً، ولذلك فإن نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع كله⁸، ومن أمثلتها:

▪ **العينات العمدية أو القصدية أو الغرضية:** وفي مثل هذا النوع من العينات يختار الباحث حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث، فقد يختار الباحث منطقة يجري فيها بحثه معتقداً أن سكانها يمثلون الذين يستمعون إلى الراديو أو يشاهدون التلفزيون...

وقد وجد القائمون بالاستقصاءات في بحوث الرأي العام أن بعض المناطق تعطي نتائج قريبة جداً لنتائج المجتمع الأصلي، مما يدفعهم إلى الاعتماد على هذه المناطق ما داموا يعلمون بخبرتهم السابقة أنها تعطي صورة صحيحة للمجتمع كله، ولذلك يتم اختيارها في البحوث التنبؤية أحياناً (مثلاً: المناطق التي كانت نتائجها في الانتخابات السابقة تقارب النتائج العامة لتلك الانتخابات في المجتمع ككله).

وتوفر هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذي يبذله في اختيار العينة، إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الإحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلي، خاصة بالنسبة للوحدات التي يرغب في اختيارها من قبل

الباحث، وهو أمر قد لا يتييسر في كل الأحوال، كما أن تعرض الخصائص للتغير المستمر يجعل معرفة الباحثين بالخصائص المجتمعية والإحصائية لمجتمعاتهم البحثية.

■ **العينات الحصصية:** وهي العينات التي يتم اختيار وحداتها طبقاً لمعايير تحكمية يضعها الباحث طبقاً

لما يراه مناسباً لاختيار العينة الممثلة للمجتمع محل البحث، دون التقيد بشرط الاختيار العشوائي⁹.

ويعني مصطلح الحصصية هنا الشريحة أو الشرائح التي ينقسم إليها أفراد المجتمع، وهؤلاء ينبغي اختيارهم بطريقة تناسبية، بمعنى أن العدد المختار من كل شريحة ينبغي أن يتناسب مع حجمها الفعلي ومع تمثيلها في المجتمع الأصلي¹⁰.

مثال: أراد باحث أن يجري دراسة عن تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية في تشكيل الرأي العام الطلابي بجامعة أم البواقي:

ولديه خمس كليات في الجامعة على النحو التالي:

■ كلية الآداب واللغات الأجنبية 4500 طالب

■ كلية العلوم الاجتماعية والانسانية 2500 طالب.

■ كلية الحقوق والعلوم السياسية 6000 طالب.

■ كلية العلوم الطبيعية 3000 طالب.

■ كلية العلوم الاقتصادية 4000 طالب

بمجموع كلي يقدر ب 20000 الب في كل الكليات.

فعلى أساس الأرقام المذكورة أعلاه، فإن تمثيل هؤلاء في المجتمع الأصلي للعينة التي نود اختيارها وهي تتكون من 400 مفردة وبالطريقة الحصصية عن طريق أسلوب التناسب سيكون كالآتي:

المجتمع الأصلي / حجم العينة التي سنختارها = $400/20000 = 50$

وبالتالي سيكون توزيع العينة كالتالي:

طلبة كلية الآداب واللغات = $50/4500 = 90$ طالبا.

طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية = $50/2500 = 50$ طالبا.

طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية = $50/6000 = 120$ طالبا.

طلبة كلية العلوم الطبيعية = $50/3000 = 60$ طالبا
طلبة كلية العلوم الاقتصادية = $55/4000 = 80$ طالبا.

ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام أن هذا النمط من العينات هام جدا في الاستطلاعات الفورية للرأي العام نظرا للسرعة الفورية التي يتم بها، وقلة التكاليف مقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى، ولو أن ذلك لا يمنع من اتسامها بالتحيز.

والفرق بين العينة الحصصية والعينة الطبقية كما سنرى في المحاضرة القادمة هو أن اختيار المفردات في العينة الطبقية لا يترك للباحث، بل يتم عشوائيا، أما في العينة الحصصية فإن للباحث حرية اختيار الحالات في حدود ضوابط معينة مما يوقعه في خطأ التحيز، وعلى العموم هناك أسلوبان للضوابط التي تختار من خلالهما العينة الحصصية هما: أسلوب الضوابط المستقلة، وأسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا على النحو التالي:

➡ **أسلوب الضوابط المستقلة:**¹¹ ويعتمد فيه الباحث على الإجمالي فقط، وتستقل الضوابط تماما بحيث يكون

كل ضابط بمعزل عن الآخر كما نوضحه في المثال التالي:

ك	الجنس
37	ذكور
73	إناث
110	المجموع

السن	ك
20 - 15	26
25 - 20	29
30-25	55
المجموع	110

المستويات التعليمية	ك
أميون	12
يقرؤون ويكتبون	10
ابتدائي	21
متوسط	23
ثانوي	21
جامعي	23
المجموع	110

والملاحظ من خلال الجداول السابقة عدم وجود ارتباط بين الضوابط مع بعضها البعض، وهذا الأسلوب أقل

تكلفة ولكنه أيضا أقل تمثيلا لمجتمع الدراسة.

أسلوب الضوابط المرتبطة تبادلياً: يعتبر هذا الأسلوب معاكساً للأسلوب السابق، حيث يربط الضوابط كلا

بالآخر كما يتضح من خلال المثال التالي:

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		يقرؤون ويكتبون		أميون		المستوى التعليمي السن/الجنس
	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	
													20 - 15
													25 - 20
													30 - 25
													المجموع

ويسلم لباحثي الميدان في العادة جدول كالجدول السابق، حيث يتم الاسترشاد به في اختبار الحالات التي تتوفر فيها هذه المواصفات تماماً، ويؤشر الباحث بعد كل حالة يتم بحثها باستنزالها من العدد المبين في الخانة المطابقة لمواصفاتها، إلى أن ينتهي من كل حالات حصته.

وما يعاب على هذه الطريقة في جمع البيانات هو ترك مفردات العينة لجامعي البيانات، الأمر الذي يعرض النتائج لبعض التحيز، حيث أن هذه العينة تمثل فقط هؤلاء الذين يقبلون الإجابة على أسئلة البحث، وهؤلاء قد يختلفون في ظروفهم وصفاتهم وآرائهم عن الأفراد الذين لم يتم اختيارهم للإجابة عن الأسئلة.

■ **العينة الصدفة:** وهذا النوع من العينات لا يعتمد على إطار للعينة وتحديد مختلف الخصائص التي يتميز بها المجتمع الأصلي، لكي يتم تمثيلها في العينة، وبالتالي فإنه يمكن أن تتضمن أخطاء التحيز نتيجة عدم وجود معايير محددة لاختيار المفردات من موقع البحث.

ولتوضيح ذلك نقدم مثالا عن هذا النوع من العينات، لنفترض أننا بصدد القيام بدراسة عن دور الصحف الوطنية في توجيه الرأي العام الجزائري نحو قضية ما، هنا يمكن لفريق البحث أن ينتشر عند نقاط وأكشاك بيع هذه الصحف، ويتم إجراء مقابلات مع كل من تمت مصادفته أثناء عملية الشراء بغض النظر عن الجنس والسن والمستوى التعليمي وغيرها من المحددات الأخرى، حيث تعامل كل وحدة على أنها وحدة بحثية قائمة بذاتها، تتساوى مع غيرها من مفردات البحث كمفردات للعد، وهنا لا يمكن الحديث عن تعميم نتائج الدراسة.

إضافة إلى هذه الأنواع غير الاحتمالية من العينات يمكن أن نذكر أنواعا أخرى وهي:

■ **العينة المتاحة:** ويقصد بها اختيار مفردات العينة الأكثر إتاحة للباحث، مثال: التطبيق على جمهور متواجد في أحد المراكز التجارية للحصول على عينة كبيرة وبسرعة و بأقل التكاليف، إلا أن النتائج هنا غير قابلة للتعميم، لذا يفضل استخدام هذا النوع من العينات في مرحلة الدراسات الاستكشافية التي يمكن أن تتبعها دراسات أخرى تعتمد على عينات احتمالية، وينتقد هذا النوع من العينات بسبب عدم تمثيلها لمجتمع الدراسة، وبالتالي فإنها لا تحتوي على أي صلاحية خارجية (أي خارج حدود مفردات العينة).

■ **العينة التطوعية:** ويعتمد هذا النوع من العينات على اختيار الأفراد بناء على مبدأ التطوع، وليس على المعايير الحسابية، بمعنى تطوع عدد من الأشخاص واستعدادهم للمشاركة في مشروعات بحثية معينة، هدفها قياس الرأي العام، كأن يقوم أشخاص معينون بالتطوع للإدلاء بمعلومات للصحف والإذاعات، وهؤلاء يختلفون إلى حد كبير عن غير المتطوعين، مما يؤدي إلى وجود العديد من الأخطاء في النتائج، ويباع على هذه العينة احتمالية عدم تمثيلها للمجتمع الأصلي تمثيلا صادقا، لأن هؤلاء المتطوعين يميلون إلى حب الظهور، والعمل على إظهار مستوى عال من التعليم، وغالبا ما يكونون من أصحاب المكانة الاجتماعية

والمهنية العالية، ويعتبر هؤلاء المتطوعين من الأفراد الاجتماعيين ممن يحبون النقاش والجدل وغالبا ما يكونون من صغار السن¹².

ولا يكون للباحثين في مثل هذه العينات أي سيطرة على المستجوبين أو الأفراد المشاركين في الدراسة البحثية، وافتراضيا يمكن لأي شخص المشاركة، ولسوء الحظ أن هذا النوع من العينات في السنوات القليلة الماضية أصبح شائعا في بحوث الإعلام ودراسات الرأي العام، وذلك بسبب ازدياد معدلات استخدام الانترنت وسيلة لجمع البيانات، ومع أن نتائجها غير موثوقة، وغير صحيحة، إلا أنها تستخدم بكثرة بسبب مزاياها سالفة الذكر¹³.

وعلى سبيل المثال تدعو محطات الإذاعة والتلفزيون متابعيها للاتصال والإدلاء بأرائهم حول أمر يحدث في المحطة، أمر إخباري محدد " اتصل بنا وأخبرنا إن كنت توافق على قرار رئيس الحكومة الأخير...، أو أن تدعو هؤلاء إلى المشاركة في مسح بواسطة الانترنت حول موضوع معين، أو يقيمون برامج معينة، كما أن بعض الصحف تسارك متتبعيها في اختيارات معينة من قبيل: أفضل مغني، أفضل لاعب...، تعد قائمة مسبقة وتطلب منهم التصويت، وهكذا فإن البيانات هذه تأتي من مشاركين متطوعين غير مؤهلين حيث أنه لا توجد سيطرة على من يقدم الاستبانة ومع هذا فإن النتائج يتم تقديمها كما لو أنها جاءت من خلال دراسة علمية¹⁴.

المحاضرة الثالثة عشر: أنواع العينات في بحوث الرأي العام

ثانياً: العينات الاحتمالية

لهدف العام للمحاضرة هو تعريف الطالب على العينات غير الاحتمالية وكيفية تطبيقها في بحوث الرأي العام

1- **تعريف:** إن العينات الاحتمالية هي العينات التي يتم اختيار جميع مفرداتها من بين وحدات المعاينة التي يتكون منها المجتمع وبأسلوب إحصائي، يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقي الوحدات، ولذلك نستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهي ضرورية عندما الهدف من استطلاع الرأي الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله، بدرجات من الثقة، ويتسنى قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم فيها، بأساليب يوضحها علم الإحصاء.

فعندما يتحدث الإحصائيون وخبراء ومستشارو الرأي العام عن العينات فإنهم يفضلون العينات الاحتمالية حيث تمكنهم نظريات الإحصاء الرياضي في العينات من التحكم في أخطاء المعاينة وتجنبها وتحديد حجمها، وكذلك الاستنتاج الإحصائي وتعميم نتائجها على كل المجتمع الأصلي¹⁵. وبناء على ما سبق فإن العينات الاحتمالية هي العينات التي نختار وحداته عن طريق وسائل الاختيار العشوائي وهي:

2- أنواع العينات الاحتمالية: وهي:

▪ **العينات العشوائية البسيطة:** وهي أبسط أنواع العينات الاحتمالية، وهي الأساس في اختيار الأنواع الأخرى من العينات ويتم الاختيار فيها على مرحلة واحدة، وفي هذا النوع من العينات يعطي الباحث فرصاً متساوية لكل فرد من أفراد المجتمع بأن يكون ضمن العينة المختارة، ويشترط فيها أن يكون جميع أفراد المجتمع معروفين ومحددين، كما يجب أن يكون هناك تجانس بين أفراد المجتمع، أي أن الخصائص التي

يتصف بها افراد المجتمع غير متباينة ، فمثلاً اذا كان مجتمع الدراسة هو طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، فإن هذا المجتمع متباين وليس متجانساً لأنه يحتوي طلبة سنوات مختلفة : اولى ، ثانية ، ثالثة ،ماستر، تخصصات مختلفة...

ويتم الاختيار هنا بإحدى الطريقتين:

- **القرعة:** أي ترقيم الأسماء في صندوق ثم سحب العدد المطلوب منها، فإذا أردنا اختيار عينة من 200 مفردة من مجتمع مكون من 2000 مفردة فإننا نعطي كل فرد في المجتمع رقماً متسلسلاً نضعه على بطاقة بحيث يكون لدينا بطاقات جميعها متماثلة تماماً من حيث الحجم واللون ، ولا يمكن تمييز بطاقة واحدة عن البطاقات الأخرى، ثم نقوم بخلط هذه البطاقات ونبدأ بسحب البطاقات الواحدة تلو الأخرى، ونقوم في كل مرة بإعادة البطاقة التي قمنا بسحبها إلى بقية البطاقات بعد تسجيل رقمها المسلسل المثبت عليها، وخلطها بباقي البطاقات قبل سحب البطاقة التالية، ونستبعد الأرقام المكررة على أساس أنه لا يجوز اختيار فرد أكثر من مرة واحدة، وتسمى هذه الطريقة بالسحب مع الإعادة تمييزاً لها عن طريقة السحب مع غير الإعادة، حيث لا تعاد كل وحدة تختار في العينة إلى الإطار قبل سحب الوحدة التالية.

- جدول الأرقام العشوائية: وهي سلسلة من الأرقام الأفقية والعمودية في جداول محددة يقوم الباحث بتحديد طريقة لمروره على الأرقام، إما في خط مائل وإما في خط مستقيم، ثم يقوم بتأشير الأرقام المختارة التي يمر عليها الخط الذي يختاره، ومن الممكن استخدام الحاسب الإلكتروني في اختيار الأرقام العشوائية، بغرض سرعة الوصول إلى النماذج المطلوبة ودقة اختياره¹⁶.

ومن مزايا العينة العشوائية البسيطة أنها:

- تمكننا من استنباط مستوى الصدق الخارجي إحصائياً.

- يسهل الحصول على عينة ممثلة للمجتمع في حالة المجتمعات الصغيرة.

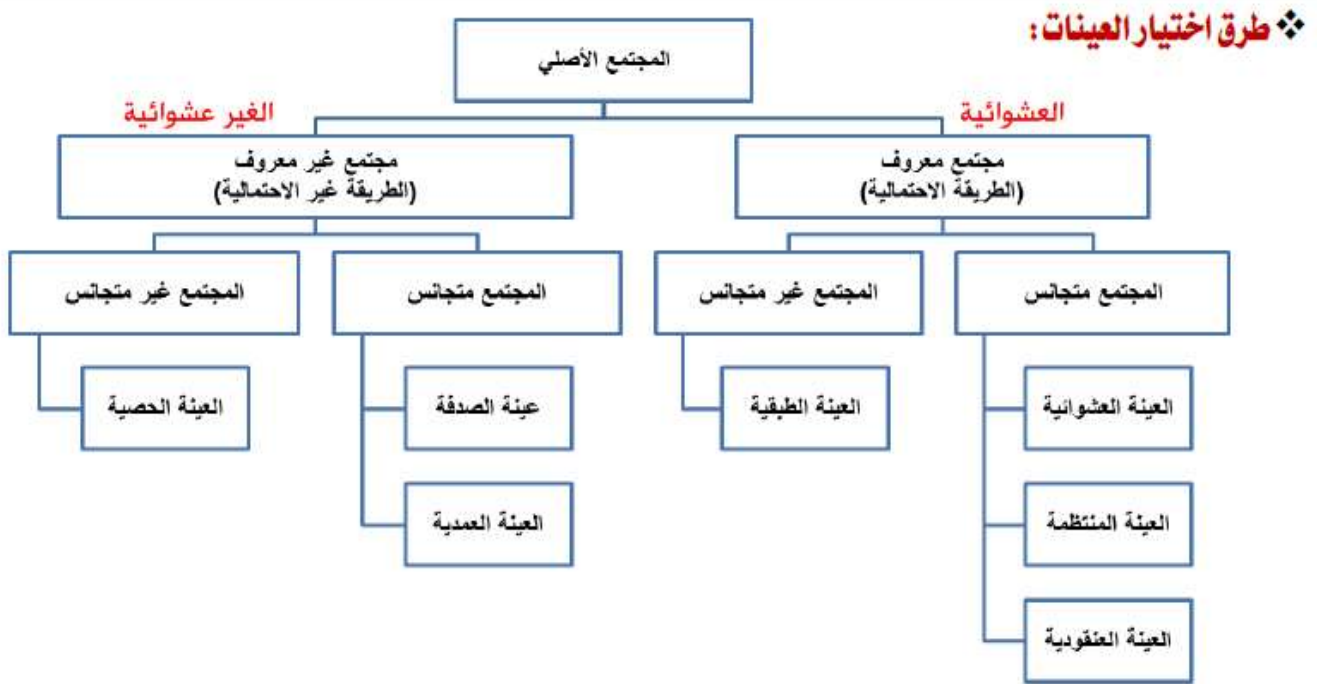
- الحد من احتمالية وجود خطأ في تصنيف مجتمع الدراسة، بحيث لا يعتمد هذا النوع على تصنيف المجتمع.

أما عيوبها فتتمثل في¹⁷:

- لا بد من إعداد قائمة تشمل جميع مفردات المجتمع وهو ما يعد شيئاً صعباً في كثير من الأحوال.

- أحياناً لا نستطيع الحصول على عينة ممثلة للمجتمع تمثيلاً دقيقاً خاصة في حالة المجتمعات الكبيرة.

- ارتفاع التكلفة في هذا النوع مقارنة بغيره نتيجة لصعوبة حصر جميع مفردات المجتمع.



▪ **العينة العشوائية المنتظمة:** تعد طريقة من طرق الإختيار العشوائي ، لكنها لا تعطي فرصاً متساوية للأفراد في الظهور ، وتكون المسافة بين كل وحدة من وحدات العينة التي يتم اختيارها ثابتة ، لذلك أطلق عليها تسمية ذات الفترات المتساوية .

مثال 1: لنفرض أن باحثاً يريد أن يختار عينة من (50) طالبا من قائمة (إطار) تضم (500) طالبا ، فوفق هذا الأسلوب، يقسم 500 على 50 ليحدد المسافة أو الفترة وهي (10) ثم يختار بطريقة عشوائية رقماً بين (1 - 10) يبدأ به ولنفرض أن هذا الرقم هو (8) عندئذ يسحب من القائمة 8 ، 18 ، 28 ، ... وهكذا ، ونختار هذه العينة لسهولة اختيار أفرادها ، إلا أنها توصف بأنها شبه عشوائية إذ يتم اختيار الفرد الأول فقط عشوائياً فيتحدد بذلك موضوع باقي الافراد.

ويرى الكثيرون أن طريقة المعاينة المنتظمة هي في جوهرها شكل من أشكال المعاينة العشوائية البسيطة إلا أنها تعتبر بديلا عن العينة العشوائية البسيطة للأسباب التالية:

- العينة المنتظمة أكثر سهولة في التنفيذ من العينة العشوائية البسيطة.
- العينة العشوائية يستطيع شخص غير مدرب لتعيينها.

مثال 2: إذا أردنا اختيار عينة حجمها $n=200$ من مجموعة من بطاقات التسجيل في إحدى الجامعات التي يسجل فيها $N = 3000$ طالبا لندرس البطاقات التي بها أخطاء.

الحل: إن طريقة العينة المنتظمة تقتضي بأن يكون طول الفترة الذي سيسحب منها أول مفردة بطريقة عشوائية وهي $15=200/3000$. ولذلك نختار رقما عشوائيا من 1 إلى 15 وليكن 8.

نختار الرقم 8 ومن ثم نضيف 15 للرقم 8 وبذلك نسحب الرقم 23 ، ثم نضيف الرقم 15 للرقم 23 لنسحب الرقم 38، وهكذا وتكون آخر بطاقة مسحوبة هي رقم 2993.

مزايا وعيوب العينة العشوائية المنتظمة: تتميز العينة العشوائية المنتظمة بأنها كما سبق القول أسهل في اختيار مفرداتها مقارنة بالعينة العشوائية البسيطة، إذ تتحدد جميع مفردات العينة بمجرد تحديد طول الفئة واختيار المفردة الأولى من بين مفردات المجموعة الأولى عشوائياً. وتتمثل أهم عيوبها فيما يلي¹⁸:

- لا تصلح في الاختيار إذا كان أفراد المجتمع مرتبين في القوائم بنظام خاص يزيد من فرص ظهور أفراد بذاتهم يختلفون عن غيرهم في سمة من السمات المتصلة بموضوع البحث، مثل سمة التفوق الدراسي.

- تستلزم توفر قائمة حديثة تشمل كافة أسماء مفردات المجتمع الأصلي.
- قد تكون العينة المختارة غير متجانسة ، وذلك حينما تختار مفردات على أبعاد منتظمة يصادف أن يكونوا من طبقة معينة أو من ذوى خصائص وصفات مميزة وغير متشابهة مع بقية المفردات .
- يشترط في المجتمع الأصلي أن يكون الأفراد في تسلسل منسق وتدرج من حيث التنوع .
- لا تحدث احتمالية فرصة التمثيل لمفردات مجتمع الدراسة إلا مرة واحدة وهي عند اختيار المفردة الأولى .

- في حالة كون طول الفئة كبيراً وهناك مجموعات داخل مجتمع الدراسة عددها أقل من طول الفئة فإن احتمال تمثيل هذه المجموعة في العينة يكون محدود

- **العينة الطبقية**: وتهدف هذه الطريقة إلى الجمع بين مميزات العشوائية مع زيادة في دقة التحليل. مما يساعد في زيادة التجانس داخل المجموعات ويقلل التجانس في الوقت ذاته بين المجموعات. وتتميز هذه الطريقة بضبط المتغيرات المتوقع تأثيرها على المتغير الرئيس أو المعتمد.

تمتاز العينة الطبقية بأنها عينة احتمالية، إضافة إلى ضبطها لمتغيرات الدراسة أثناء تقسيم المجتمع إلى فئات. ولكن يعيبها بعض الأمور مثل:

- أنها تتطلب من الباحث الوقت والتكلفة سواء في الجهد في الناحية المادية، إذا ما قورنت بالعينه العشوائية البسيطة.
 - المعلومات المراد الحصول عليها من كل طبقة أو فئة في المجتمع تحتاج لوقت ومجهود كبيرين، خصوصاً عندما يكون المجتمع الأصلي كبير.
 - دقة تمثيل الفئة للمجتمع يكون ضعيفاً في حالة كون أحد المستويات الطبقيه صغيرة جداً، مما يجعل بعض الباحثين يستبعد الطبقة في مثل هذه الحالة.
- وفي كل الأحوال تعتبر هذه العينة أكثر دقة من الطريقة العشوائية البسيطة، خاصة إذا اتسم المجتمع بالتشتت بين وحداته أو أقسامه أو طبقاته. ويتم اختيار العينات في هذا النوع على أساس واحدة من المستويات التالية:
- التوزيع المتساوي: حيث يتم تقسيم عدد مفردات العينة على كافة طبقات المجتمع بالتساوي، بغض النظر عن عدد المبحوثين داخل كل طبقة، أو مجموعة ويمثل هذا المستوى أدنى مستويات الاختيار¹⁹.

جدول رقم (2)

اختيار العينة الطبقيه المتساوية

المؤهل العلمي	عدد الأفراد(المفردات)، في كل فئة	حجم العينة الطبقيه المتساوية
ليسانس	2500	200
ماستر	1500	200
دكتوراه	1000	200
الاجمالي	5000	600

- التوزيع المتناسب أو المتكافئ: حيث يتم تقسيم عدد مفردات العينة حسب إجمالي عدد المبحوثين في كل طبقة أو مجموعة، فمثلاً: عندما يكون لدى الباحث مجتمع أصلي حجمه (500) مفردة، وكانت موزعة على النحو التالي: (أنظر طريقة اختيار العينة في هذه الحالة)

جدول رقم (1)

اختيار العينة الطبقيّة التناسبيّة

النسبة في حجم العينة		النسبة في المجتمع الأصلي		المؤهل العلمي
%	ن	%	ن	
50%	300	50%	2500	ليسانس
30%	180	30%	1500	ماستر
20%	120	20%	1000	دكتوراه
100%	600	100%	5000	الإجمالي

مميزات العينات العشوائية الطبقيّة

- يتحقق التمثيل ، ليس فقط للمجتمع الأصلي ، بل لكل طبقاته الفرعية مهما كان بعضها يشكل أقلية صغيرة
- أدق من العينة العشوائية البسيطة ، لأنها تجمع العشوائية وبالتالي تحقق التكافؤ بين الأفراد ، والحياد في الاختيار ، والغرضية ، فنضمن عدم خلوها من خصائص المجتمع الأصلي.
- تتميز بالدقة الإحصائية وانخفاض نسبة حدوث الخطأ المعياري ، خاصة كلما كانت المجموعات أو الطبقات متجانسة داخلياً.

✚ عيوب العينات العشوائية التطبيقية

- تتطلب من الباحث التعرف وبشكل جيد على مجتمع دراسته لتحديد المجموعات التي يتكون منها.
- تتطلب إجراءات كثيرة يجب على الباحث القيام بها قبل الشروع في استخدام أي من العينات العشوائية البسيطة أو المنتظمة.
- يقوم الباحث بسحب عدد من العينات تبعاً لعدد مستويات المتغير الذي يتعامل معه مما يؤدي إلى مضاعفة الجهد الذي يقوم به.
- **العينة الثابتة أو الدائمة:** تبدأ العينة الثابتة بالاختيار العشوائي من المجتمع، ثم نجمع البيانات م هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة، وبصفة عامة تفيد هذه العينة في دراسة التباين والتغيير في الاتجاهات أو السلوك وفي دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة ، مثال: نختار هيئة ونسألها دورياً عن آرائها وتقييماتها لبعض البرامج والمسلسلات...
- تتميز العينة الثابتة بالسرعة إذ أنها جاهزة، وسبق للباحثين معرفة مفرداتها ولم يضيعوا وقتهم في البحث عن أفراد العينة.
- تتميز بالحد من التكاليف التي تدفع باستمرار لسحب عينة جديدة كل مرة يجري فيها البحث.
- توفير الوقت.
- تحقيق الثقة بين الباحثين وأفراد العينة وتدريبهم على عملية التعبير الدقيق.
- يمكن أن تقيس هذه العينة نتائج إدخال مؤثر ما لتعديل الرأي فيما يعرف بتصميم القياس القبلي/ البعدي.
- تفيد في تحديد الترتيب الزمني للمتغيرات وهو اعتبار مهم في التحليلات السببية مادام السبب سبب الأثر.
- أما من **عيوب** هذا النوع من العينات: يتحول أفراد العينة الثابتة (الدائمة) بمرور الوقت تدريجياً إلى نقاد

أكثر منهم مواطنين عاديين، قد يتمثل الفرد في العينة الدائمة بما سبق أن أولى به من آراء على الرغم من أنه يحتمل أن يكون قد أثر على عاداته وآرائه الوسائل الإعلامية أو التجربة ذاتها (مجموعة خاصة للتجربة²⁰).

■ **العينة متعددة المراحل:** يصعب اختيار عينة عشوائية بسيطة أو منتظمة أو عشوائية طبقية وذلك لعدة أسباب:

- عدم توافر حصر كامل لجميع المفردات قيد الدراسة.
- ارتفاع التكاليف لمعاينة أفراد مفرقين متباعدين.
- صعوبة الإدارة والإشراف على بحث يضم مفردات متفرقة، فهنا لا بد من اللجوء إلى استخدام العينة المتعددة المراحل²¹.

على سبيل المثال: إذا أردنا إجراء دراسة على عينة مؤلفة من 400 وحدة من طلبة جامعة أم البواقي فإنه يمكن في هذه الحالة أن تختار العينة على عدة مراحل، فإذا كان المجتمع يتكون من أقسام متجانسة نبدأ باختيار بعض هذه الأقسام عشوائياً (كمرحلة أولى) ثم نختار عينة عشوائية بسيطة من كل قسم من الأقسام التي تم اختيارها (كمرحلة ثانية) وقد يحتاج الأمر إلى اختيار عينة عشوائية بسيطة من كل قسم من الأقسام التي تم اختيارها في المرحلة الثانية وهكذا...، وهذه هي العينة متعددة المراحل.

ويطلق على هذا النوع من العينات أيضاً العينات العنقودية، وهي عبارة عن مجموعة من العينات العشوائية البسيطة أو المنتظمة المستخدمة لسحب مفردات مجتمع دراسة واحد، هذه المجموعة من العينات لا تقل عن مرحلتين وتزيد حسب طبيعة الدراسة وفي كل مرحلة يتم سحب عينة، وفي حالة وجود عينة عشوائية واحدة لا نطلق عليها عينة عنقودية لأنها في هذه الحالة إما أن تكون عينة عشوائية منتظمة أو بسيطة²²

✚ مميزات العينات العشوائية متعددة المراحل²³:

■ تتعامل مع كل المجتمعات المتجانسة بغض النظر عن حجمها بشرط ان يكون مجتمع الدراسة موزعاً في

أكثر من مكان جغرافي

- أن جميع المجتمعات الفرعية المكونة لمجتمع الدراسة الأصلي تتشابه في الخصائص العامة بصورة كبيرة.
- تتناسب المجتمعات الكبيرة المتناثرة التي تشغل حيزاً جغرافياً شاسعاً.
- يمكن استخدام كل من العينة العشوائية البسيطة والمنتظمة عند الانتقال من مرحلة إلى أخرى.
- أما عيوب العينات العشوائية العنقودية فتتمثل أساساً في أنها :
 - تتطلب خطوات كثيرة تبعاً لعدد المراحل كما تتطلب سحب عينات كثيرة أيضاً "عينة في كل مرحلة".
 - احتمال كبير ألا تكون العينة ممثلة للمجتمع.
 - انخفاض مستوى تمثيلها لمجتمع الأصل.
 - تحليل بياناتها غير مناسب باستخدام معظم أساليب الإحصاء الاستدلالي.

الهوامش:

- ¹- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص ص 131، 132.
- ²- فضيل دليو، علي غربي (إشراف)، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص 154.
- ³- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، م س ذ، ص ص 132، 133.
- ⁴- احمد سليمان عودة، ، وملكاوي متحي ، أساسيات البحث العلمي، مكتبة كتاني، أريد،. 1992، ص 167
- ⁵- ذوقان عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات. وائل للنشر، عمان. 1997، ص 90
- ⁶- للمزيد أنظر: عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص - ص 192 ، 194.
- ⁷- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص ص 113-118.
- ⁸- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، م س ذ، ص 134.
- ⁹- شيماء قدري وآخرون، أنواع عينات الأفراد والمؤسسات المستخدمة في استطلاعات الرأي، المركز الإلكتروني لاستطلاعات الرأي، القاهرة، 2004، ص 9.
- ¹⁰- عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 151.
- ¹¹- مختار التهامي، الرأي العام، م س ذ، ص - ص 127 ، 128 .

- ¹²- منال المزاهرة، م س ذ، ص - ص 133، 134.
- ¹³- روجي ويمر، م س ذ، ص 171.
- ¹⁴- المرجع السابق، ص 173.
- ¹⁵- محمد منير حجاب، الرأي العام، م س ذ، ص 131.
- ¹⁶- طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2015، ص - ص 127، 128.
- ¹⁷- المرجع السابق، ص 128.
- ¹⁸- مختار التهامي، الرأي العام، ص 135.
- ¹⁹- سمير حسين، م س ذ، ص 189.
- ²⁰- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، م س ذ، ص - ص 147، 148.
- ²¹- المرجع السابق، ص 148.
- ²²- للمزيد أنظر : <http://www.minshawi.com/vb/showthread.php?t=10186>
- ²³- المرجع السابق.

بعد عرض محتويات المقياس يتبين لنا بما لا يدع مجالاً للشك أن ظاهرة الرأي العام أصبحت في العصر الراهن ظاهرة ملحوظة، ولافتة للنظر، وبالتالي فهناك أهمية بالغة لدراستها، و التعرف عليها عن قرب وعلى عملية قياس وتقييم الرأي العام، باعتبارها عملية تستهدف بالدرجة الأولى التعرف على الآراء والتفضيلات والاتجاهات، ومن ثم تساعد القائمين على مختلف الأنظمة على التحكم، تعديل أو تغيير بعض السلوكيات في الرأي العام من خلال قياسه.

وقد تمت مراعاة الخلفية المعرفية لطالب الماستر لا سيما في المجال المنهجي، وبالتالي فإنه بعد تلقي واستعراض محتويات المقياس يتوقع أن يصبح طالب العلاقات العامة في طور الماستر قادراً على تطبيق على الأقل واحدة من دراسات الرأي العام، بتنفيذ كافة الإجراءات الميدانية، وبالاستناد إلى المعارف والمعلومات النظرية الخاصة بظاهرة الرأي العام وبعملية قياس الرأي العام، ومن خلال الأعمال التطبيقية التي يمكن أن توضح بعض الجوانب التطبيقية في هذا المجال

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. أحمد بدر، الرأي العام، دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة، 1998.
2. أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية و اقتصادية، دار وائل للنشر، عمان، 1998.
3. أحمد سليمان عودة، ، وملكاوي متحي ، أساسيات البحث العلمي، مكتبة كتاني، أريد،. 1992.
4. أمنة بلعلی، . أسئلة المنهجية العلمية، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
5. بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 2008
6. بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
7. ثابتي الحبيب، استخدام منهجية الملاحظة المشاركة لتطهير و أنسنة أدوات تحليل العمل وتوصيف الوظائف، مجلة الحكمة، العدد الرابع، سبتمبر، ديسمبر 2010.
8. جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010.
9. حسن أحمد ابن عوف، الرأي العام مفهومه وأساليبه قياسه، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2016.
10. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005.
11. خالد الهادي، المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 1996.
12. ذوقان عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات. وائل للنشر، .عمان. 1997.
13. رشدي أحمد طعيمة، تحليل المضمون في الدراسات الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
14. رشيد حمليل، الحرب والرأي العام والدعاية، منشورات وزارة الثقافة، الجزائر، 2007.
15. رفيق سكري، دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس، لبنان، 1991.
16. روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
17. سامي عر ينج، في مناهج البحث العلمي وأساليبه، ط 2 ، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2009.
18. سعد عبد الرحمن، أسس القياس النفسي، مكتبة القاهرة، القاهرة، 2001.
19. سمير حسين، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2006.

20. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
21. سمير محمد حسين، الرأي العام (الأسس النظرية، والجوانب المنهجية)، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
22. سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
23. شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1983.
24. شيماء قدرى وآخرون، أنواع عينات الأفراد والمؤسسات المستخدمة في استطلاعات الرأي، المركز الإلكتروني لاستطلاعات الرأي، القاهرة، 2004.
25. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى العلوم السلوكية، 4، مكتبة العبيكان، الرياض، 2006.
26. صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.
27. صبحي عسيلة، الرأي العام، الموسوعة السياسية للشباب، دار النهضة، مصر للطباعة و النشر، الجيزة، 2007.
28. طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2015.
29. عادل عبد الغفار خليل، الإعلام و الرأي العام، دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003.
30. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.
31. عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
32. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
33. عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
34. عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
35. عبد الرحمن سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب، القاهرة، 2014.
36. عبد الرحمن عزي، الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
37. عبد الكريم علي الدبيسي، الرأي العام، عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة، عمان، 2011.

38. عدلي سليمان: الأسس النظرية التطبيقية للعمل مع الجماعات الإنسانية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2011.
39. عريف سامي، مصلح خالد، مفيد حواشين، مناهج البحث العلمي وأساليبه، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 1990.
40. عزيزة عبده، الإعلام السياسي و الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
41. غازي عناية، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
42. فتحي حسين عامر: استطلاعات الرأي العام على الأنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
43. فضيل دليو، علي غربي (إشراف)، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.
44. محمد البشير بن طيبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 14/13 ديسمبر 2015، ص 321.
45. محمد باسط عبد الصمد، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، مصر 1982.
46. محمد جمال الدين عبد الحميد، بعض مداخل تحليل المضمون وتطبيقاتها في مناهج العلوم الطبيعية، منشورات جامعة قطر، الدوحة، 2009.
47. محمد سيد فهمي: طريقة العمل مع الجماعات بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
48. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
49. محمد محمد الهادي، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1990.
50. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
51. محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
52. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، م3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
53. محمد نصر مهنا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، مركز الاسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005.
54. مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005.
55. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

56. ميلود سفاري وآخرون، الإشاعة والرأي العام، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003.

57. ناهد صالح وآخرون، قياس الرأي العام في المنهج والأخلاقيات، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1994.

58. نائل حافظ العواملة: أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية وتطبيقها في الإدارة.

59. نبيل حميدشة، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع 8، جوان 2012.

المواقع الإلكترونية:

60. https://uomustansiriyah.edu.iq/.../8_2018_01_15:09_34_26_PM.d، تاريخ الزيارة، 13 جانفي 2018، 14.30

61. للمزيد أنظر : جميل حمداوي، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، كتاب إلكتروني متاح على الرابط: www.alukah.net/books/files/book_9552/.../contentanalysis.docx تاريخ الزيارة، 24 نوفمبر 2017، 14:00

62. محمد الشويعر، مؤشرات الرأي العام، متاح على الرابط: <http://www.alsharq.net.sa/2013/04/26/816002> تاريخ الزيارة 2018/01/17، 21:00

63. محمد شومان، إشكاليات قياس الرأي العام العربي، متاح على الرابط www.aljazeera.net/amp/knowledge

64. تاريخ الزيارة ، 4 مارس 2018 على الساعة 14:00

65. جميل حمداوي، تحليل المضمون، متاح على الرابط:

<http://www.almothaqaf.com/qadaya2009/69363.html>، تاريخ وزمن الزيارة، 2017/11/25،

12:00

66.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1. - Maurice Angers : initiation pratique a la methodologie des sciences humaines.

Collections techniques de recherches, casbah, Alger, Algérie, 1997

2. Bernald Berlson ; Content Analysis in Communication Research ,Hafner Pub, New York, 1971,p 71

cité par Jean De Bonville,,l'Analyse de contenu des médias, De Boeck, Bruxelles,2000

3. Erick Barnow(Ed), *International Encyclopedia of Communication*, Oxford University Press, Oxford, Voll, 2009
4. Robert Philip Weber, *Basic Content Analysis*, 2nd ED, Quantitative applications in the Social sciences, Sage Publication, London, 1990.
5. Steve Stemler, *An Overview of content analysis* ,Practical assessment, Research and Evaluation, 7(17), 2001

□