الرأي العام.. اتجاهات ومواقف

◄وجدت ظاهرة الرأي العام منذ القدم وحتى يومنا الحالي. وساعدت وسائل الإعلام الجماهيري على بلورة هذه الظاهرة وتعزيز تأثيرها. ويمثل الرأي العام مجموعة من الآراء حول مسائل مختلفة بشأنها ولها صلة بالصالح العام interest Public. ولكن الرأي العام كمصطلح لم يستخدم إلا منذ الثورة الفرنسية باعتباره من الأسس الديمقراطية للمجتمعات. وترتبط أبحاث العلوم الإنسانية كلها تقريباً بالرأي العام وطرق قياسه، لما تقدمه أبحاث واستطلاعات الرأي العام من معلومات عن توجّهات ومواقف الناس وطموحاتهم وأهدافهم. تعريف الرأي العام: عرّف د. كرم شلبي الرأي العام بأنّه "وجهة نظر أو رأي أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يجبه رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة.. وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة"[1]. والرأي العام هو "مجموعة من آراء الأفراد حول قضية ما تمس المصالح العامة، وغالباً ما يكون لهذه الآراء تأثيرها على سلوك الأفراد والجماعات وسياسة الحكومات"[2]. وعرّف ليونارد دوب الرأي العام بأنّه يعني: "اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع يشغل بالهم، بشرط أن يكون هؤلاء الناس في مستوى اجتماعي واحد"[3]. أو، الرأي العام يشير إلى اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم. ويمكن تشبيه الرأي العام بسفينة شراعية تم بناؤها من آلاف الأشخاص، ولا يستطيع واحد بعينه القيام ببنائها لوحده. وتسير هذه السفينة حسب اتجاه الريح أو حسب دفع الموج. والموج هو القضية المحركة، ويقود السفينة

قادة (أشبه بقادة الرأي). ويعرّف برنارد هينسي الرأي العام بأنّه "مركّب الأفضليات (complex of preferences) يعبر عنها عامة أهمية ذات مسألة حول الأشخاص من عدد"[4]. ويعرّف الرأي العام بأنّه الميول التي تبديها فئة اجتماعية معينة تجاه قضية ما"[5] كما يعرّف د. مختار التهامي الرأي العام على أنّه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع ما أو أكثر يمس مصالح هذه الأغلبية مساً مباشراً أو يشغل بالها، ويحتدم الجدل والنقاش في فترة معينة"[6]. عناصر الرأي العام: من خلال التعريفات السابقة نستطيع أن نتوصّل إلى عناصر الرأي العام الأساسية وهي: - وجود قضية أو مسألة. - مركب الأفضليات: ويعني جميع الآراء الفردية جمهور مهتم ويناقش القضية. - التعبير عن الرأي. - تأثيرات الرأي العام. (على سلوك المتخيَّلة أو المقاسة (تُقاس كثافة واتجاهات وتوزيع الرأي العام) والتي يحملها الجمهور ذوو العلاقة، حول موضوع تجمّعوا حوله. - إدراك المشكلة. - صراع هناك عدد من الأفراد المشاركين في العملية. - ظهور المقترحات والحلول. - تقارب الآراء: النقاش حول هذه القضية. - الوصول إلى الإجماع أو الأغلبية: الاتفاق الجماعي حول رأي تبلور الآراء: إما مؤيدة أو معارضة أو محايدة. - السلوك الاجتماعي: مظاهرة تأييد أو ظهور معارضة أو إضراب. - التوصّل إلى رأي وسط. - انتهاء الرأي العام، وهناك عدة طرق يختفي بها الرأي العام. وبخصوص الوصول إلى الإجماع أو الأغلبية، فالإجماع ليس شرطا أساسياً للوصول إلى الرأي العام، فيكفي أن تكون هناك أغلبية تعبر عن آرائها بانسجام ليكون ذلك مؤشراً على وجود الرأي العام. العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام: هناك عدة عوامل تلعب دورها في تكوين الرأي العام في أي بلاد، ونذكر منها: العوامل الشخصية – مثل: مستوى الفرد التعليمي والثقافي والاقتصادي، طريقة تنشئة الفرد، التزمت والتحرر والتسامح، الإيمان بالأفكار المسبقة (الستيروتيب)، الإيمان بنظرية المؤامرة، والشك. العوامل المجتمعية – مثل: نوع القيادة وطبيعتها في المجتمع، درجة الحرية والديمقراطية المتاحة للناس، أساليب الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري المتاحة للأفراد (وسائل الإعلام، الندوات، والمؤتمرات، والمحاضرات)، وجود الجماعات الضاغطة مثل الأحزاب والمؤسسات والجماعات، الموروث الفكري والاجتماعي: (الدين، العادات والتقاليد، القيم، الشائعات، الخرافات والأساطير)[8]. وهناك بالإضافة إلى العوامل الشخصية والمجتمعية (الداخلية) عدة عوامل خارجية – مثل: الدعاية الخارجية أو الأجنبية (عبر الأقمار الصناعية، المجلات والسياحة) الأحداث الطارئة (انهيار الاتحاد

السوفييتي، انقلابات، تغييرات حزبية في إسرائيل)[9]. ويطلق بعض البحاثة على هذه العوامل اصطلاح "مكونات الرأي العام" ويلخصونها بسبعة مكوّنات وهي: العوامل الفسيولوجية (الوراثية)، العوامل النفسية، الثقافة، الوضع السياسي العام (الديمقراطية)، الأحداث والمشكلات، الدعاية والإعلام والشائعات. وبينما تلعب وسائل الإعلام في الدول المتقدمة دوراً هاماً في بلورة الرأي العام، تلعب المنظمات التقليدية مثل العائلة والقبيلة والعشيرة والاتصال الشخصي والمقاهي والمجالس العائلية وصلاة الجمعة والأسواق الشعبية في دول العالم الثالث (الدول النامية) دوراً هاماً في التأثير على الرأي العام أو على صياغته. أسباب الإحجام عن إبداء الرأي: لماذا نلاحظ أنّ الأفراد في الدول النامية (دول العالم الثالث) والمواطنين يحجمون عن المشاركة في استطلاعات الرأي، ويمتنعون نسبياً عن الإعلان عن رأيهم؟ الإحجام والتمنّع عن إبداء الراي يكون بسبب: الظروف الاجتماعية (العادات والتقاليد والموروث الثقافي)، والانشغال في أمور الحياة المختلفة، وخشية الخوف والقمع، وبسبب العامل الاقتصادي الذي له تأثيره الكبير، ونظراً للخبرة الضعيفة أو المتواضعة في مجال استطلاعات الرأي، وعندما تكون وسائل الإعلام موالية للحكومات ولا تلعب دورها في تشكيل الرأي العام، ونظراً للتنظيم الإداري الهش والضعيف الذي يعيق من إمكانية الوصول إلى العينة، وبسبب غياب التعددية السياسية وضعف الديمقراطية، والتخلف وقلة الوعي والخمول الفكري[10]. خصائص الرأي العام: ما هي أبرز خصائص الرأي العام في بلدك؟ هذا سؤال يتبادر إلى الذهن من أجل التقييم الديقراطي. الرأي العام في بلدي يتسم بالخصائص التالية (يمكن الاختيار منها): يستند إلى المعلومات والتحليل والإقناع، تنقصه المعلومات، جاهل، يفتقر للحرية، ديناميكي، ثابت نسبياً، متسامح، دوغمائي وغير متسامح، مخطط له، ديمقراطي ينضج مع الحوار والمناقشة، يتم توجيهه سلطوياً، يتم تشكيله من قبل مؤسسات المجتمع المدني، يتم تشكيله من خلال شبكة علاقات اجتماعية تقليدية، للدين تأثيره على تشكيل الرأي العام، الرأي العام حر نسبياً، الرأي العام مهمل، الرأي العام راسخ وعميق بحكم الثقافة والتجربة والمعرفة العامة، وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، وسائل الإعلام غير متنافسة (محتكرة) وتأثيرها عظيم وكبير، وسائل الإعلام حرة ومتنافسة وتغيّر الرأي العام بشكل أقل لأنّ الرأي العام متبلور من قبل. قادة الرأي: قادة الرأي في المجتمعات هم الذين يحرّكون الرأي عند الأفراد والجماعات، وهم أفراد من: رجال الأعمال، وأساتذة الجامعات، والقيادات الحزبية والمهنيون (المهندسون والمحامون..)، والكتاب والصحفيون والفنانون، والقيادات النقابية، وكبار رجال الدولة، وطلبة الجامعات، وأئمة الجوامع وكبار رجال الدين. ويمتاز قادة الرأي بمجموعة من المواصفات، فهم يمثلون الجماعات التي ينتمون إليها، ويؤثرون فيها جيداً، وهم قادة للرأي في مجال اختصاصهم،

وهم أكثر ابتكارية، وأكثر من غيرهم قدرة على الاتصال مع غيرهم من قادة الرأي، وهم أكثر عرضة لوسائل الإعلام، ومتواجدون في كافة الأوساط الاجتماعية[11]. تأثير الرأي العام على الأفراد والمجتمع: تأثيرات الرأي العام على الأفراد، يستطيع الفرد باعتناقه لآراء محددة أن يطوّر من رؤاه الخاصة كي يستطيع حل المشكلات التي تواجهه فالرأي العام يطوّر آراء الأفراد. كما أن تبنّي آراء محددة يؤدي إلى اندماج الأفراد مع الجماعة أو جنوح الأفراد واتخاذهم مواقف مناقضة. تأثيرات على مستوى المجتمع: يمكن للرأي العام أن يمزق أو يوحّد توجهات المجتمع من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية. والرأي العام الموحّد قد يسند القرار السياسي أو يمنعه أو يعيقه، والرأي العام يؤثر على الجانب الاقتصادي للمجتمع وبالتالي على سلوكيات الناس (مثل التوجه نحو سلعة أو مقاطعة بضاعة – القهوة مثلاً – أو الإضراب والاعتصام أو اللامبالاة في العمل). وظائف الرأي العام على مستوى الأفراد والمجتمع: أوّلاً: الوظائف على مستوى الأفراد: أ- وظيفة التكيّف الاجتماعي: عندما يقوم الفرد باعتناق آراء محددة أو وجهات نظر فهم إما أن يتوحّدوا مع المجموع أو يقوموا بالابتعاد عن المجموعات السكانية ويكون ذلك باتجاهين. أما أن يقوم الفرد بتطوير آرائه كتعبير عن حاجته لأن يكون مستقلاً أو مميّزاً عن الآخرين (أي طلباً للتميّز والاستقلال) أو أن يقوم الفرد باعتناق أفكار عدوانية تجاه الآخرين، وبالتالي يكون شاذاً عن المعتقدات السائدة. ب- وظيفة الإسقاط (الوظيفة التحويلية): وتتلخّص بأن يستجيب الفرد بحواسه بلا وعي إلى حدث خارجي في المحيط نظراً لوجود مشكلة داخلية خاصة به غير محلولة. مثال: أن يقوم فرد بتبنّي أفكار ومواقف حيال الحدث المحيط بدون سابق إنذار ودون تمحيص، وهذه الأفكار والمواقف غالباً ما تكون رؤية محوّلة (مقولبة) لأسلوبه في التعامل مع مصاعبه الخاصة الداخلية. ويستطيع الفرد بإسقاط الداخل على الخارج أن يقلّل (بعض الشيء) من حجم القلق الذي ينبع من مشكلته الخاصة. ت- وظيفة التقييم الاجتماعي: وتتلخّص بأنّ الفرد يقوم من خلال اعتناقه للآراء بتطوير اتجاهاته نحو صياغة حلول للمشكلات المتعددة التي تواجهه. ثانياً: الوظائف المجتمعية للرأي العام: أ- الوظيفة التعزيزية: يكون الرأي العام إسنادي للنظام الحاكم ومدعم ومعزز للسياسة القائمة. ب- الوظيفة المعيقة: عندما يقوم الجمهور بدور سلبي ما يعيق آراء المجتمع والحكومة ويعرقل الأداء. ت- الوظيفة المانعة: نتيجة لقوة الرأي العام قد يؤدي ذلك إلى منع تنفيذ قرار ما، وتقوم هذه الوظيفة نتيجة مواقف الأفراد المحتجة أو الرافضة. ث- الوظيفة الكاشفة: أي أنّ الرأي العام يكشف لصناع القرار توجهات ومصالح الأفراد في المجتمع. ج- الوظيفة التقديرية: الرأي العام في المجتمع يكون بمثابة القاضي الذي يحكم على صناع القرار وعلى قراراتهم[12]. قياس الرأي العام: يقاس الرأي العام من خلال استبانات

استطلاع رأي، وإذا لم يفهم أسلوب استطلاع الرأي، وإذا لم يتم اختيار العينة بشكل سليم، فإنّه لا يمكننا أن نتزوّد بمعلومات صحيحة عن الرأي العام[13]. ويمكن قياس الرأي العام بالطرق التالية: 1- من خلال المقياس الكمي للآراء: وهو الرأي العام الذي يتكوّن من ردود أفعال الناس على عبارات وأسئلة محددة في استبيان أو استطلاع للرأي في ظل ظروف المقابلة. ومن خلال المقياس الكمي نتعرف على رأي الأغلبية، ورأي الأقلية، والرأي الائتلافي والرأي الجماعي. 2- من خلال دراسة مضامين وسائل الإعلام: متابعة آراء الناس وقادة الرأي وتحليل المعلومات والأفكار التي تقوم عليها الآراء. 3- من خلال تقصّي آراء الأفراد 4- من خلال وصف وتحليل الدور السياسي للرأي العام 5- من خلال بحوث خاصة بقياس الرأي العام ومنها البحوث المسحية (الوصفية والتحليلية). 6- باستخدام أساليب أخرى مثل: الاستطلاعات البريدية والهاتفية والاستجاب الشخصي[14]. أسئلة الاستطلاعات: أسئلة الاستطلاعات تكون: ذات نهايات مغلقة (نعم أو لا) وذات إجابات متعددة، وذات نهايات مفتوحة، وذات إجابات تحتاج إلى ترتيب حسب الأولويات[15]. نهاية واختفاء الرأي العام: يختفي الرأي العام عبر طرق عديدة[16]، وأهمها: 1- إذا اختفت القضية. 2- عندما يحل رأي عام محل آخر. 3- يتحطّم الرأي العام عن طريق قوّة مادية عظمى. 4- يختفي الرأي العام عندما يؤدي إلى التغيير وتشكيل المعايير الاجتماعية والعادات والتقاليد. 5- الرأي العام يتوقف عندما ينجح في إثارة القضية التي دار النقاش حلها بأنّ تم صياغتها في القوانين والأنظمة الرسمية.► الهوامش:

[1]- د. كرم شلبي: "معجم المصطلحات الإعلامية"، دار الجيل، بيروت – لبنان 1994، الطبعة الثالثة، ص788. [2]- تعريف فيليبس دايفيسون، عن د. صالح أبو إصبع: "الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة"، دار آرام، عمان – الأردن 1995، ص145.89. [3]- د. محمد منير حجاب: "أساسيات الرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 1998، ص15. [4]- د. صالح أبو إصبع (مصدر سابق)، ص145. [5]- د. وجيه الشيخ: "الإعلام والدعاية" منشورات جامعة دمشق، سوريا 1994، ص212. [6]- من: د. وجيه الشيخ (مصدر سابق)، ص213. [7]- د. صالح أبو اصبع (مصدر سابق)، ص146-145. [8]- د. أحمد بدر: "الرأي العام – طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة/ مصر 1998، ص172-165. [9]- د. صالح أبو اصبع: "المدخل إلى الاتصال الجماهيري"، دار آرام، عمان/ الأردن، ص173. [10]- الدخول في الأحزاب هو شكل من أشكال التعبير عن الرأي أو الرغبة في التعبير عن الرأي. [11]- د. صابر فلحوط ود. محمد البخاري: "العولمة والتبادل الإعلامي الدولي"، دار علاء الدين، دمشق – سوريا 1999، ص74. [12]- د. صالح أبو إصبع: "الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة"، دار آرام، عمان – الأردن 1995، ص155. [13]- ايرفنغ كرسبي (ترجمة:

صادق إبراهيم): "الرأي العام – استطلاعات الرأي والديمقراطية" دار سندباد للنشر، عمان – الأردن 1998، ط1، ص61. [14]- د. صالح أبو اصبع: "المدخل إلى الاتصال الجماهيري"، دار آرام، عمان – الأردن، ص181. وانظر: د. محمد عبدالقادر حاتم: "الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية"، مكتبة لبنان، بيروت – لبنان 1989، ص333. وانظر: د. محمد منير حجاب: "أساسيات الرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 1998، ص151-150. [15]- شيلدون آر. جاوايزر وجي ايفانز ويت (ترجمة: هشام عبدا): "دليل الصحفي إلى استطلاع الرأي العام "الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان – الأردن 1997، ط1، ص113-103.

[16]- د. تيسير مشارقة: "مدخل إلى الدراسات الإعلامية – نظري" منشورات بيت المقدس، رام ا/ فلسطين 2002، ص104.

المصدر: كتاب مبادئ في الاتصال