

المحاضرة الخامسة: قياس الرأي العام

أولاً: تعريف القياس

الموسوعة الاجتماعية تعرف عملية قياس الرأي العام على أنه: تلك العملية التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال الناس، وتوجهاتهم اتجاه عبارات أو أسئلة مصاغة بشكل واضح، وذلك من خلال المقابلات والحوارات، فعملية القياس ما هي إلا أداة تستخدم من قبل جهات مختلفة للوصول إلى أهداف محددة في التعرف إلى ميول الرأي العام واتجاهاته، حول قضايا معينة مثارة حولها الجدل في المجتمع، فهذه العملية تعطي الجهات المعنية بتناسب كمية محددة ودقيقة إلى حد ما حول توجهات الرأي العام.

ثانياً: نشأة القياس وتطوره

تحتل عملية قياس الرأي العام أهمية متزايدة في العصر الحديث، حيث تعتبر خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، ولقد انتقلت عدوى استطلاع الرأي العام في بعض البلدان كالولايات المتحدة الأمريكية من سوق السلع والتجارة إلى سوق السياسة والحكم. ويمكننا تلخيص مراحل تطور قياس الرأي العام في ثلاث مراحل:

- **مرحلة الإقتراع الأول (مرحلة التكهن):** حيث تعود بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام إلى حوالي عام 1824 حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق- إلى استطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات فيما كان يسمى بالإقتراع الأولى.

ولكن هذه الطريقة كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح للرأي العام، وبالتالي كانت لا تدعو إلى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذي اتبعته مجلة (الخلاصات الأدبية) إلى إفلاسها، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات ودفاتر التليفونات، وهي كما هو واضح عينات غير ممثلة للمجتمع، متحيزة لذوي الدخل العالي نسبياً.

- **المرحلة الثانية:** وفيها تم الانتقال من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام: مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات، وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الإنجاز، وكانت الانطلاقة الفعلية لهذه المرحلة مع تأسيس معهد جالوب للرأي العام سنة 1935- وكع غيره من المهتمين بقياسات الرأي العام.

ونجحت عملية قياس الرأي العام نجاحاً كبيراً في التنبؤ بنتائج الانتخابات الأمريكية عامي 1940 و1944، وأدى فرط الثقة على نوع من الغرور جعل هذه المراكز تتنبأ في وقت مبكر بفوز ديوى بالرناسة على منافسه ترومان عام 1948، وفشلت هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وتعرضت عملية قياس الرأي العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة أخرى، عندما تنبأ معهد جالوب عام 1960 بنتائج الانتخابات بين كيندي ونيكسون تنبؤاً صحيحاً ودقيقاً.

- **المرحلة الثالثة (مرحلة النضج):** حيث شهد عقد الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي انطلاقة حقيقية في مجال قياس الرأي العام، تمثل في إمتداد هذا النشاط العلمي إلى دول الاتحاد السوفيتي السابق، وإلى العديد من دول أوروبا الشرقية، وغيرها من دول العالم.

ثالثاً: طرق قياس الرأي العام:

هناك عدة طرق يتم استخدامها أو اللجوء إليها من أجل عملية قياس الرأي العام، وهذه الطرق يشترط فيها أن تكون منظمة منهجياً، وتخضع لأسس وقواعد القياس العلمي، فهي لا تخضع لإهواء وانطباعات الباحث أو من يجريها، وإنما تخضع للخطوات المنهجية السليمة، لتكون نتائجها دقيقة، وذات مصداقية، وتتمثل هذه الطرق فيما يلي:

طريقة الاستفتاء: وهي طريقة بدأت في أوروبا وأمريكا، كمحاولة لمعرفة نتائج الانتخابات مسبقاً، نفذتها جمعيات ولجان خاصة، ثم اعتمدتها مؤسسات ومنظمات بعد إدخال تعديلات جوهرية عليها، والاستفتاء نوع من الاختبارات يستخدم في معرفة اتجاه الرأي العام حول القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وعلى الباحث أن يقوم بتحديد المسألة أو المشكلة موضوع الاستفتاء تحديداً دقيقاً، ثم يقوم بإعداد استمارة الاستفتاء، وكلما كان الاستفتاء دقيقاً كلما توفرا لها أسباب النجاح ودقة النتائج.

طريقة المسح: يعتبر إحدى طرق قياس الرأي العام، وهو أشمل وأعم من طريقة الاستفتاء لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر، والرأي العام الكامن، بمعنى محاولة قياس الرأي العام الظاهر والرأي العام الخفي الذي لا يتم الإعلان عنه لاعتبارات معينة كوجود حكم تسلطي، أو الخوف من الجهر به، أو عدم اكتمال المعلومات الكافية عن المشكلة العامة، وكذا عدم إمام جماهير هذا الرأي بما تعتزم السلطة القيام به، وتستخدم وسيلتان أساسيتان لقياس الرأي العام عن طريق المسح هما الملاحظة والمقابلة.

طريقة تحليل المضمون: يعد أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر، أو وصف المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعياً وكمياً ويستخدم في عملية قياس الرأي العام من خلال تلخيص الآراء والأفكار في المادة الإعلامية، وتحديد الاتجاه الذي يغلب عليها من حيث التأييد والحياد والمعارضة.

رابعاً: التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام: يمكن تقسيم مسوح الرأي العام تقسيماً وظيفياً على النحو التالي:

- **استطلاع الرأي العام:** ويعتبر أول أنواع مسوح الرأي العام، ويستهدف التعرف السريع والفوري للرأي العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكفي بمعرفة الرأي العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات والنكت وتحليلها.
- **قياس اتجاهات الرأي العام:** ويستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة ورائها، ويتميز بالبطء النسبي في إنجازه، ويستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي.
- **بحوث الرأي العام:** تستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد في التخطيط الإعلامي، وقد تكون بحوثاً نظرية مثل البحوث التي تتناول بالدرس مقومات الرأي العام في دولة ما، أو ميدانية مثل تحليل دوافع مروجي الشائعات وخصائصهم وعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام، أو الكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم، وقد تكون بحوثاً تحليلية لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد وخارجها، مثل تحليل التناول الإعلامي لقضية ما من القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التعليمية... إلخ