

استطلاعات الرأي العام في المجتمع بين التصديق

والتشكيك

Public opinion in the society between ratification and skepticism

أ/ نورين عشاش

جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان - الجزائر

nourine.achache@laposte.net

تاريخ النشر	تاريخ القبول	تاريخ الإرسال
2018/12/30	2019/01/06	2018/02/20

ملخص :

تعد استطلاعات الرأي العام من أساليب دراسة الجمهور في وقتنا المعاصر، خاصة بعد شيوع مفهوم الديمقراطية التشاركية من جهة ولإدراك صانعي القرار بأهمية إشراك الشعب في صنع القرارات والسياسات العامة للدولة من جهة أخرى، ولذلك كان لزاما معرفة رأيه في مختلف القضايا التي تهمه وتحيط به في مجتمعه، لكن التاريخ يشهد أن الاستطلاعات لم تكن دائما ناجحة في رصد الاتجاهات الحقيقية للجمهور، ما جعل المهتمين يشككون في مصداقيتها.

الكلمات المفتاحية : الرأي العام ؛ استطلاعات الرأي العام.

Abstract

Sounding public opinion is a method of studying the public nowadays. Especially after the widespread concept of participatory democracy on the one hand and the decision-makers' awareness of the importance of involving the people in the decision-making and general policies of the State on the other

hand. It was therefore necessary to know the publics' opinion on the various issues that concern them in the community. But history proves that Sounding public opinions have not always been successful in monitoring the real trends of the public, raising skeptic questions about their credibility.

Keywords: public opinion; Sounding opinions.

1 - مقدمة:

إن تطور وسائل الاتصال وانفتاح الدول والشعوب مع بعضها البعض، وظهور مبادئ حقوق الإنسان وخاصة منها الحق في إبداء الرأي والتعبير عنه بكل حرية، وكذا مفهوم المواطنة، وازدياد أدوار هيئات المجتمع المدني وارتفاع مستويات التعليم والوعي العام، كلها عوامل ساهمت في ممارسة «الشعب» لحقه في التعبير عن رأيه وموقفه نحو مختلف القضايا التي تستحق إبداء رأيه فيها، سواء منها ما تعلق بالقضايا السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو البيئية أو غيرها من القضايا المعاصرة المهمة التي تطفو على السطح وتكون محل اهتمام واسع من طرف الأفراد.

لذلك فإن الدول تتبنى في وقتنا المعاصر مبدأ سماع "رأي الشعب" نحو مختلف القضايا التي تهتمه في حياته اليومية أو تهتم مصالح بلده في الداخل والخارج، لتبني سياساتها وقراراتها بناء على المدخلات التي تصلها عن اتجاهات شعوبها نحو قضية بذاتها، ولم يكن هذا الأمر مطروحا من قبل في أزمنة ماضية، لأن السلطة الحاكمة حينها كانت ترى في نفسها أنها الوصية على شعوبها ولا تريهم إلا ما ترى، وبالتالي لم يكن يهمها معرفة آراء الشعب أبدا، ولا الرأي السائد عنده.

إن الرأي العام السائد في مجتمع ما خلال فترة زمنية معينة حول قضية تهم أفراد ذلك المجتمع، يعتبر قوة لا يستهان بها إذا ما أتيحت له الفرصة ليترجم ذلك الرأي إلى فعل أو سلوك، كما يمكن الاستفادة منه في توقع آرائهم ورصد سلوكياتهم مستقبلا في قضايا مطروحة للنقاش مشابهة لها، وفي محاولة لمعرفة التوجه الفكري للجماهير نحو مختلف القضايا وأيها تنال حظا وافرا من اهتمامها، فإن كثيرا من الدول والمنظمات حاليا تقوم بعمليات قياس أو استطلاع دورية لآراء الناس عبر عدة طرق، باعتبار أن روح الديمقراطية "تقدّس" وجهات نظر الأفراد واتجاهاتهم وتحترم موافقهم، لأن السلطة الحقيقية هي التي يملكها الشعب، لذلك كثيرا ما يربط الباحثون بين قوة الرأي العام وبين شيوع الديمقراطية في مجتمع ما.

غير أن الاستطلاعات التي كثيرا ما ساهمت في تحليل الآراء وتوقع ردود فعل الناس وبناء القرارات الحكومية على أساس نتائجها، لم تلق الإجماع التام من طرف كل الباحثين، وإنما أصابها بعض التشكيكات في مصداقيتها ومصداقية النتائج التي تتوصل إليها، ولسنا هنا بصدد الدفاع عن هذا الموقف أو ذاك تجاه الاستطلاعات، لكننا بحاجة إلى رصد بعض سهام النقد الموجهة إلى استطلاعات الرأي العام.

2 - الرأي العام والفضاء العام:

يرتبط الفضاء العمومي ارتباطا وثيقا بالرأي العام واستطلاعاته، لأن ما يجري في المجتمع من أحداث، وما تتم مناقشته من قضايا، إنما يتم كل ذلك في ظل فضاء عمومي واسع يختلف باختلاف المجتمعات، وفق نظامها السياسي ودرجة الحريات السياسية التي يتيحها لمواطنيه للتعبير بكل حرية عن آرائهم، ففي حين تتسع دائرة الفضاء العام عند بعض تلك المجتمعات، قد تضيق عند

البعض الآخر منها، لاختلاف مستوى الحريات المتاحة في ما بينها، رغم أن الفضاء العام الافتراضي قد ساعد الأفراد بشكل كبير في التنفيس عن مكبوتاتهم الفكرية والتصريح بمواقفهم الحقيقية بكل حرية دون حدود أو قيود.

يعتبر الفضاء العام الذي صاغ مفهومه الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس، ذلك المجال الخصب الذي تجرى فيه النقاشات حول مختلف المواضيع والقضايا التي تشغل بال الأفراد وتنازل قسطا هاما من اهتماماتهم، وعلى هذا الأساس فإن الفضاء العام يعتبر الحوض الذي يضمن وجود الرأي العام في المجتمع، إذ "تقوم نظرية المجال العام عنده على وصف وشرح عملية تشكيل الرأي العام والمؤثرات الاجتماعية والثقافية التي تساعد على تطوير الرأي العام"⁽¹⁾ وبلورته ليعكس وجهات نظر متعددة للأفراد، تجاه قضية أو قضايا بعينها، وبتعدد تلك الفضاءات أو القضايا المطروحة للنقاش، يستطيع الناس تشكيل مواقفهم واتجاهاتهم وآرائهم وفق أسس منطقية، لكن مع الأخذ بعين الاعتبار عوامل أخرى وسيطة مؤثرة في هذا المجال.

وقد أوردت نهى ميلور في مؤلفها نقد لينش للفضاء العام إذ يقول: "بالمقارنة مع مفهومات الفضاء العام التي تدور حول مؤسسات بعينها (المقاهي والتلفزيون والمجتمع المدني) أو الرأي العام (كما يقاس من خلال الاستطلاعات)، فإنني أعرف الفضاء العام ضمن مقاييس الجدالات الساخنة حول قضايا ذات اهتمام مشترك أمام الجمهور"⁽²⁾، ما يعني أن الرأي العام الذي ينشأ في إحدى الفضاءات العمومية - في كنف الحرية - لا يختص بقضايا ذات اهتمام فئة محدودة من الناس، وإنما الأمر متعلق بالدرجة الأولى بالجمهور أو غالبية الشعب، لهذا يعد مبدأ حرية الرأي والتعبير والنقاش الحر والمسؤول للأفراد من أهم مقومات بناء رأي عام مستنير في المجتمع، يعكس

تنوع الآراء واختلاف الاتجاهات بعيدا عن الضغوطات والإكراهات، لأن "الفضاء العام هو أولا وأخيرا فضاء يتم فيه تبادل المعلومات حول الموضوعات العامة التي بدورها تشكل الرأي العام"⁽³⁾ في أي مجتمع كان.

إن وجود بيئة مجتمعية تتيح للأفراد التعبير عن رأيهم بكل حرية، مع تواجد وسائل إعلام تنشد الحرية والاستقلالية في ظل نظام سياسي غير قمعي، من شأن ذلك أن يعطي لهذه الأطراف الثلاثة المتشابكة مع بعضها فسحة لوجود رأي عام قوي وفعال، ومعبّر حقيقة عن آراء الناس، وليس رأيا عاما مزيفا يتم صناعته، لذلك "يفترض في الحالة الطبيعية، أي عندما تترسخ الحياة السياسية الديمقراطية والنسق الإعلامي الحر والمستقل، وعمليات الاستطلاع العلمية والبعيدة عن التأثيرات المالية والسياسية والدعائية، أن يحدث تفاعل إيجابي بين الفضاء العمومي والرأي العام والاستطلاع والإعلام والسياسة"⁽⁴⁾، لأن أي خلل في أحد هذه الأطراف الثلاثة سيؤثر بالضرورة في بقيتها، ما يجعلنا في النهاية أمام رأي عام غير حقيقي، خاصة في بعض المجتمعات المتخلفة، إذ " أن أبحاث الاتصال أكدت علميا أن الرأي العام في المجتمعات المتخلفة أو البدائية يطغى عليها الجانب العاطفي عكس المجتمعات المتقدمة التي يكون رأيها العام أكثر منطقية وعقلانية"⁽⁵⁾، ويرجع هذا إلى اختلاف المستويين الفكري والثقافي بين الشعوب، وكذا الفروقات الشاسعة بينهم فيما يخص حرية الرأي والتعبير.

3 - موجز لتاريخ الاستطلاعات:

إن الأهمية العلمية والعملية لقياس آراء الأفراد، هي التي جعلت القائمين على وضع السياسات يفكرون في عمليات القياس هذه التي بدأت فكرتها تتبلور قبل قرون قليلة فقط، رغم أن كيفية القياس وطرقه تختلف من

وقت لآخر بسبب تطور أدوات وأساليب القياس المعتمدة عبر تعاقب الأزمنة، وإن كان وجود الاستطلاع في الأصل أحد مؤشرات وجود الديمقراطية في أي مجتمع كان.

"إن علاقة استطلاعات الرأي العام بالممارسات الديمقراطية علاقة وطيدة ولدت بشكلها الحديث مع ميلاد الدولة الأمريكية التي جسدت وقت ميلادها النموذج العصري لإدارة الدولة، حيث كلف أول كونغرس أمريكي شركتين أمريكيتين عام 1774 باستطلاع آراء الجمهور حول حروب الاستقلال، وفي عام 1824 بدأت مسوحات الرأي بتوقع نتيجة التصويت في الانتخابات"⁽⁶⁾، وصار ذلك تقليدا فيما بعد، بل من أهم المهام المناطة بالاستطلاعات، "وفي سنة 1937 ظهرت أول مجلة فصلية في الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية، وأنشئ في العام نفسه عدة معاهد لقياس الرأي العام، كان أهمها معهد جالوب الأمريكي"⁽⁷⁾، الذي يعتبر إلى يومنا هذا أحد أشهر مراكز استطلاع الرأي العام على المستوى الدولي.

"ومن عجائب الأمور أن أحد الممارسات الأولى للقياس المنظم للرأي، تم تطويره في العقود الأولى من القرن العشرين لتقدير حجم الحشود المتجمعة، لقد كان انتقالا من هذا الحصر الذي يعتمد على مكان التجمع، إلى محاولات قياس الأفكار المراوغة للمواطنين المختلفين، وقد أدت هذه المحاولات إلى ظهور استطلاع الرأي العام في الثلاثينيات من القرن الماضي"⁽⁸⁾، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية "لاسيما مع رغبة الشركات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية في التعرف إلى توجهات فئات الجمهور، سواء من أجل إنجاز دراسات أو تسويق منتجات أو التعمق في ظاهرة مجتمعية معينة"⁽⁹⁾، رغم أن

موضوع الانتخابات كان أبرز المواضيع وأكثرها اهتماما من طرف مراكز الاستطلاع على مر التاريخ وإلى وقتنا الحالي.

4 - أساليب قياس الرأي العام :

تتعدد وتتغير أساليب قياس الرأي العام بتعدد وتغير عوامل كثيرة متداخلة و مترابطة مع بعضها البعض، أهمها التطور العلمي و المستوى الفكري للأفراد الذين يتم استطلاع آرائهم، وكذا توزيعهم الجغرافي وطبيعة القضايا التي يتم استطلاع آرائهم حولها، وقد ساهم تطور تكنولوجيات الاتصال في استخدام أساليب أخرى للقياس، غير تلك التي كانت معتمدة من قبل،" فاليوم مثلا بدأ يشيع استخدام الرسائل القصيرة SMS عبر الموبايل لنشر الأخبار والمعلومات"⁽¹⁰⁾، لكن كثيرا ما تطرح هذه الأساليب في القياس إشكالية علمية حول مدى دقتها في قياس ما يجب أن تقوم بقياسه فعلا.

يعتقد عدد من الباحثين أن "أكثر الطرق دقة في قياس الرأي العام هي طريقة استخدام الاتجاهات المتدرجة، وما يميز هذه الطريقة عن غيرها من طرق قياس الرأي العام... أن مختبر الاتجاه يسعى للحصول على قياس كمي للدرجة التي يحتفظ بها الشخص أو مجموعة من الأشخاص باتجاه معين"⁽¹¹⁾، وفي هذه الطريقة يقوم المبحوث بالتأشير على العبارات التي يراها مناسبة لتوجهاته وتكون متدرجة " من خلال مجموعة من العبارات التفاضلية وهي مكونة من مقياس به ست درجات مثل مهم - غير مهم (إبراز على المستوى الاجتماعي) (يهمني - لا يهمني (إبراز على المستوى الشخصي) ومثير - غير مثير (إبراز على المستوى الاجتماعي)"⁽¹²⁾، ثم تقوم الهيئة المشرفة على الاستطلاع بعدها بتحليل تلك المعطيات والإعلان عن نتائج الاستطلاع بشكل رسمي، كما تم استخدام بعض أدوات جمع البيانات في البحث العلمي

في عمليات الاستقصاء، إذ "استخدم أيضا لازويل وزملاؤه أسلوب تحليل المضمون في دراسة الرأي العام والدعاية استجابة للظروف التي عاشتها الولايات المتحدة الأمريكية خلال الحرب العالمية الثانية"⁽¹³⁾، رغم أن هذه الطريقة تعتبر عمليا من طرق القياس غير المباشرة للرأي العام، حيث لا تتم العملية على الأفراد مباشرة وإنما على ماذا قيل في وسائل الإعلام وكيف قيل، إذ أن هذا النوع من التحليل الذي استخدمه لازويل ينطلق الباحثون فيه من قاعدة أن الصحافة تعكس الآراء المنتشرة في ذلك المجتمع، وبالتالي فإن تحليل مضامين بعض الصحف يعطي فكرة عن توجه الرأي العام فيه، عكس قياس الآراء الذي يتم بطريقة مباشرة مع الأفراد، الذي يمكن من خلاله رصد الاختلافات في المواقف والآراء.

"ولما كانت التغييرات في المواقف والآراء أو السلوكيات أمرا لا يمكن الوثوق به والركون إليه بعد مقابلة مسحية واحدة فقط، تسعى بعض الدراسات المسحية إلى استخدام ما يسمى بـ "خطة الجدول" وتعني خطة خاصة تتم وفقها مقابلة المستفتين في مناسبتين أو أكثر، في محاولة للاطمئنان على مصداقية آرائهم وثبوت ردة أفعالهم أو استجاباتهم، ومن ثم اعتمادها رسميا"⁽¹⁴⁾، وهي طريقة شائعة في قياس معدلات الثبات في كثير من البحوث المسحية.

لقد استفادت بحوث قياس الرأي العام وكذا مراكز الاستطلاع المختلفة في عمليات القياس الكمي للآراء من العلوم ذات الصلة، "إن الفضل يعود إلى بحوث التسويق Research Marketing في تطوير أساليب قياس الرأي العام.. كما أن التطورات الأساسية في عملية المعاينة قد تمت على يد الباحثين الاجتماعيين الأكاديميين وفي مراكز بحوث ومسح الرأي العام، وغيرها من

المؤسسات والوكالات الحكومية والخاصة"⁽¹⁵⁾ ، وقد استفاد هؤلاء الباحثون من تطور التقنية في تطوير أساليب الاستطلاع، حيث ظهر ما يسمى بالاستطلاع التلفزيوني المدعم بالكمبيوتر، ما يسهل كثيرا على المستطلعين القيام بعملهم، إذ صار "باستطاعة شركات الاستطلاع تدريب بضعة أشخاص للقيام بذلك، تسمح تقنية الاستطلاع التلفزيوني المدعم بالكمبيوتر (CATI) للمستطلع أن يعمل على شاشة الكمبيوتر، وتعرض أسئلة الاستطلاع على الشاشة بنظام يسمح لكل مستجيب التعامل مع الأسئلة حيث يسجل المستطلعون الإجابات التي يستلمونها في الكمبيوتر وتتم معالجتها"⁽¹⁶⁾ آليا واستخلاص النتائج منها بنفس الطريقة كذلك.

وقد تطورت أساليب القياس العلمية للرأي العام لدرجة أن نتائجها قبيل الانتخابات - على سبيل المثال - تكون شبه متوافقة مع النتائج الفعلية لها، إذ أن هذه "القياسات الميدانية في مجال الرأي العام قد أصبحت تتصف بالدقة العلمية أكثر مما تصف به الكثير من الدراسات الإنسانية الأخرى"⁽¹⁷⁾ ، وكلما تطورت أساليب القياس، كلما تم الحصول على نتائج صادقة وتقريبية، "فالدقة التي أحرزها بعض المستطلعين ولاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية في التنبؤ الدقيق بالفائزين في الانتخابات الرئاسية وغيرها، قد أسهم بدرجة كبيرة في ذبوع شهرة هذا النوع من استطلاعات الرأي وفي زيادة التقبل الجماهيري لها"⁽¹⁸⁾ ، بل وصارت محور اهتمام وسائل الإعلام العالمية ومادة إعلامية دسمة تصدر بها نشراتها الإخبارية.

5 - استطلاعات الرأي العام: ما لها .. وما عليها

تعد استطلاعات الرأي العام من أهم الطرق في وقتنا المعاصر لقياس اتجاهات الناس نحو قضية من القضايا، التي تطرح كأولوية في النقاش والمحاورة الفكرية فيما بينهم، بل وتسعى كثير من الأنظمة والحكومات إلى رصد وتتبع حركية ومسار آراء الناس بانتظام، باعتبارها أحد المدخلات الهامة بالنسبة إليها، قبل اتخاذ أي قرار سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي أو تربوي أو غيرها من القضايا ذات الاهتمام المشترك، سواء كان ذلك القرار له ارتباط مباشر بالشأن الداخلي أو الخارجي، ومهما قيل عن الاستطلاعات فإن "القياس الدقيق للرأي العام لدى الجمهور سوف يتيح الفرصة للدولة والمنظمات أن توجه الرأي العام توجيهها سليما، وأن تحشد قوتها وتركزها للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك للرأي العام وظائف مهمة في المجتمع، حيث أنه يعمل على التعرف على اتجاهات الجمهور وإعطاء المعلومات الكافية عن توجهات هذا الجمهور نحو العديد من القضايا المثارة في المجتمع"⁽¹⁹⁾، مما يمكن استغلاله في رسم بعض سياسات الدولة الداخلية والخارجية، بناء على ما يرد لها من مدخلات بخصوص اتجاهات الرأي العام الوطني، وقد قال في ذلك الرئيس الأمريكي الأسبق ترومان أنه " يجب على الحاكمين أن تكون لديهم صورة غير مشوهة عن المجتمع، وذلك باستعمال بحوث الرأي العام، ذلك أن البحث ليس شيئا منفصلا عن عملية وضع القرارات بل هو جزء من العملية"⁽²⁰⁾، وهذا إقرار صريح بأهمية تلك الاستطلاعات بالنسبة لصناع القرار.

رغم الأهمية الكبيرة للاستطلاعات في قياس آراء الناس وتوجهاتهم نحو مختلف القضايا التي تشغل بالهم، والتي تعود بالنفع على القائمين عليها سواء من الدول أو الشركات المتخصصة في الاستطلاعات أو غيرها من المؤسسات

المجتمعية الأخرى التي يهتما معرفة في ماذا يفكر الجمهور، إلا أن هذه الاستطلاعات لم تسلم من سهام النقد الموجهة إليها، ولو تتبعنا مسار الانتقادات التي قادها بعض الباحثين والمفكرين تجاه عمليات الاستطلاع لوجدنا أن النقد موجه لعدة أسباب متعلقة أساسا بانتقاد طريقة الاستطلاع في حد ذاتها والنتائج المتحصل عليها من عملية الاستطلاع، وكذا طبيعة الجمهور المستطلع، ومهما " كانت الاستطلاعات تعطينا نقطة استدلال عن حالة التفكير لدى فئة من فئات الشعب، وتساهم في أفضل تعبير عن اللعبة الديمقراطية، وتمكّنا من تغيير السلوكيات أو التصرفات حسب النتائج المتحصّل عليها، فهذا لا ينفي واقع أنها واجهت رغم ذلك الكثير من الانتقادات " ⁽²¹⁾ المشروعة منها وغير المشروعة، لكن هل لنا أن نتساءل مع جيل فيريول " إلى أي درجة تكون البيانات المجموعة موثوقا بها ؟ هل ينبغي علينا أن نؤكد مع جورج غالوب، أن الرأي العام يكمن بكل بساطة في ما تحدده الاستطلاعات ؟ " ⁽²²⁾.

لقد "سوغ الولع الذي استثارته الاستطلاعات، والانتشار السريع لاستعمالها ظهور تساؤلات علمية تدور حول قيام "ديمقراطية رأي" وحول طبيعة الرأي المستطلع (عام أو خاص ؟) وأخيرا، حول درجة ثبات الآراء المتحصلة من الأبحاث الميدانية (ماذا يقاس في الحقيقة ؟) " ⁽²³⁾، إذ إنه "من الشائع جدا إعداد استبيانات واستقصاءات للرأي أهدافها محددة سلفا مثل: إضفاء الشرعية الشعبية على السياسات والاتجاهات المختلفة، إطلاقها كبالونات اختبار... وهناك مفارقة أساسية حول ما تقيسه هذه الاستبيانات أصلا؟ إذا كانت عقول هؤلاء المبحوثين قد تعرضت للقصف والضخ المستمر والتعبئة مسبقا" ⁽²⁴⁾، ورغم مشروعية هذا السؤال، لكن في المقابل، هذه التعبئة لا يمكن تفاديها أبدا، فمهما يكن فإن الأفراد المشكلين للجمهور المستطلعة

آراءهم، لهم قادة رأي يأخذون بتوجيهاتهم، ويتعذر على القائم بالاستطلاع هنا أن يفصل الرأي الشخصي للفرد عن رأيه الذي تبناه من قادة الرأي أو وسائل الإعلام مثلا، و بسبب هذا الإشكال المرتبط بمدى صفاء رأي المبحوثين وتأثيره على نتيجة الاستطلاع، فإن "من بين العوامل التي يجب على مستشاري الاستطلاع أخذها بنظر الاعتبار عند تفسيرهم للمعطيات نذكر ما يلي: تقلب المنتخبين وشدة الآراء التي يحملونها وسعة قاعدة المعلومات التي تقوم عليها هذه الآراء، وكيف تفسر الإجابات التي تحمل (لا رأي)"⁽²⁵⁾.

"يكن خلف استطلاعات الرأي العام افتراض أساسي مفاده أن دورها يقتصر على كشف الحقائق ومن ثم تحقيق الموضوعية، ولكن هذا الافتراض أصبح محل تشكيك في ذاته، لأن الاستطلاعات تترجم ما تريده وسائل الإعلام والدعاية، وما سبق أن بثته أو ما تريده السلطة السياسية الحاكمة بشكل عام، وتنفذه تحقيقا لأغراضها وأهدافها المتعلقة بتشكيل الرأي العام وصناعته"⁽²⁶⁾، وإن كان هذا الاتهام لا ينطبق بالضرورة على كل الاستطلاعات باعتبار أن مواضيعها تختلف، وهناك مواضيع ليست ذات حساسية، وبالتالي فإنها تكون بعيدة عن أي تأثير خارجي ممارس عليها.

لقد انتقد عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو *Pierre Bourdieu* بشدة سبر الآراء واستطلاعات الرأي واصفا إياها بأنها "خدعة سياسية لتضليل الرأي العام، ورأي بأن الحاكم كان يقول في السابق (إن الله معي) للتأكيد على شرعية سلطته واستثارة بالحكم، أما اليوم فإنه يقول (إن الرأي العام معي)"⁽²⁷⁾، وقد أفرد بورديو في ذلك عنوانا لفصل في كتابه سماه "استطلاعات الرأي: علم بدون عالم" حيث تهجم فيه على استطلاعات الرأي، واصفا إياها بأنها شكل بدائي من السوسيولوجيا^(*)، وقد بنى موقفه

هذا وفق حجج كثيرة، "وتبعاً للآراء النقدية لـ بلومر و بورديو يجب أن يتم توجيه أسئلة تتعلق بمدى كون استفتاء الرأي العام دراسة موضوعية للواقع القائم، ويؤكد فيبر/ أن الدراسات الاستطلاعية تعطي الباحث حق الوصول إلى الجمهور، إلا أن هذا الجمهور هو جمهور عريض وليس من طراز واحد، الأمر الذي يجعله ظاهرة يصعب التعامل معها"⁽²⁸⁾، لأن من أهم خصائص الجمهور الأساسية أنه غير متجانس تماماً، وإنما يتصف بالتمايز والاختلاف على عدة مستويات أهمها المستوى التعليمي والثقافي والفكري.

في نفس السياق ترى سوزان هربست *S.Herbst* أن الاستطلاعات تعمل على "خفض تجلي الرأي العام إلى المعادلة الوجيزة: رأي عام = استطلاعات. كانت هذه الرؤية من نوع كبت الأشكال الأخرى للتعبير العام (من الحركات الاجتماعية إلى مختلف أشكال التدخل في المجال العام: توزيع منشور، منبر حر، شكاوى...) "⁽²⁹⁾، وكذا مختلف الأنواع الأخرى للتعبير عن الرأي التي يمكن للجمهور استخدامها، لكن الاستطلاعات قد كبتت - وفق تعبير هربست - كل هذه الأشكال، لكن الواقع قد يكذب ذلك بأمثلة من العالمين العربي والغربي، ابتداء من أحداث ما يسمى الربيع العربي، وليس انتهاء باحتجاجات السترات الصفراء الأسبوعية في فرنسا التي انطلقت شرارتها في شهر نوفمبر 2018 خير دليل على ذلك، إذ كانت عبارة عن رفض شعبي عام لإقرار الحكومة الفرنسية زيادات في أسعار الوقود، ما عجل بقيام احتجاجات عارمة غير مؤطرة في قلب العاصمة باريس، دفعت بالحكومة للتراجع عن قرارها، بل واتخاذ إجراءات أخرى لفائدة المواطنين، وقد عبرت تلك الاحتجاجات عن رأي عام فرنسي رافض وغازب، لم يتم استطلاعها، وإنما أثبت وجوده وقوته بحركاته الاحتجاجية القوية والعنيفة.

لقد كان إخفاق بعض الاستطلاعات في رصد توجه الناخبين الحقيقي من أكبر الهزات التي ضربت مصداقية هذا النوع من الاستطلاعات، وخاصة أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وتم إرجاع سبب إخفاقها في الوصول إلى نتائج صحيحة، إلى سوء اختيار العينة التي تم استطلاع آراء مفرداتها، إذ لم تكن ممثلة فعلا للمجتمع الأصلي، وبالتالي فإن تعميم النتائج المحصل عليها من الاستطلاع على كامل مجتمع الناخبين الأمريكيين قد أعطى معلومات مغلوطة وغير صحيحة تماما، " لقد كان الخطأ الأكثر سوء الذي ظهر في هذه الاستطلاعات، هو الاستطلاع الذي أجرته صحيفة ليتراي دايجست عام 1936، وتوقعت بموجب نتائجه فوز حاكم كنساس ألفريد لاندون على الرئيس فرانكلين ديلا نوروزفلت"⁽³⁰⁾، ولم تكن هذه المرة الأخيرة التي تحطت فيها نتائج الاستطلاع في الانتخابات، بل تلتها نكسات أخرى في مراحل زمنية مختلفة، " كما حدث إبان الانتخاب الرئاسي سنة 1948: كان الاقتراع الذي يضع الرئيس الخارج هاري ترومان (ديمقراطي) في مواجهة منافسه الجمهوري، توماس ديوي، قد سجل الزلة الأولى - التي ستليها زلات - في تاريخ الاستطلاعات"⁽³¹⁾.

إن " تنبؤ استطلاعات الرأي بفوز سهل لديوي جعل انتصار ترومان ضربة قاضية لمجتمع أخبار استطلاعات الرأي. باب (حديث المدينة) في مجلة نيويورك ركر قرر أن ما يسمى بعلوم استطلاع الرأي هو ليس علما على الإطلاق بل مجرد عرافة. جاللوب خسر بعض المشتركين، في دراسة سئل فيها 47 رئيس تحرير ممن استخدموا استطلاعات الرأي قبل الانتخابات، قال نصفهم إنهم لن يفعلوا هذا بعد ذلك"⁽³²⁾، لاعتقادهم أن الاستطلاعات لا تقدم فعلا نتائج صحيحة ودقيقة، ولعل أبرز النكسات الكبرى التي منيت بها الاستطلاعات في وقتنا المعاصر بعد تلك التي عرفتها في انتخابات سابقة، هي

عندما توقع فوز المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون *Hillary Clinton* في انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2016 أمام منافسها الجمهوري دونالد ترامب *Donald Trump*، لكن النتائج أظهرت العكس وفاز المرشح الجمهوري، رغم كل المؤشرات التي كانت تشير إلى تفوق منافسته عليه، وعادت بذلك إلى الواجهة مرة أخرى قضية مصداقية الاستطلاعات التي تقوم بها الشركات المتخصصة في هذا المجال.

6- مساوئ الاستطلاعات في عالمنا العربي :

إن كل ما طرح ويُطرح من إشكالات حول استطلاعات الرأي العام في الغرب، تبقى صالحة للطرح مرة أخرى بنفس الحدة أو أكثر في الجزائر وعالمنا العربي عموماً، لكن ينبغي أن لا يغفل عن بالنا أن "هناك جوانب سلبية قد تظهر إذا أسيء استخدام استطلاعات الرأي أو تم تكييفها لخدمة أهداف ونيات أخرى، ومنها على سبيل المثال توظيف حملات استطلاع الرأي من أجل تحويل مسار أصوات الناخبين قبل توجيههم إلى صناديق الانتخابات"⁽³³⁾، وذلك مرتبط بأخلاقيات نشر نتائج الاستطلاعات من طرف وسائل الإعلام المختلفة.

لقد "حاول الباحثون تتبع اهتمامات الجمهور وأولويات الموضوعات بالنسبة للشعوب العربية، ولكن البيانات الصحيحة محدودة والموارد ليست كثيرة بالنسبة لهذه الدراسات، واستطلاعات الرأي التي تم إجراؤها تعكس قيم المشرف على الاستطلاع، هناك أشياء قليلة يمكن أن تقال عن هذا المجال الذي لم يستكشف جانب كبير منه"⁽³⁴⁾، "كما أن قياس الرأي العام من الأمور التي يتهيب منها المواطن العربي في التعامل مع المؤسسات التي تعمل فيه، فمن الواجب توعية الجماهير في الوطن العربي بعدم وجود أضرار تقع على

المواطن من أن يقول رأيه بكل جرأة وصراحة، ولا يمكن الوصول لذلك إلا بتوعية وحدوث تطور ديمقراطي واسع في المنطقة العربية"⁽³⁵⁾، رغم أن الثقة في الأشياء المطبوعة كالاستطلاعات ليست بالشكل الكبير، لأن ثقافة الخوف تكاد تطبع ردة فعل الناس في الشارع من مثل هذه الاستطلاعات، ما قد يقدح في دقة النتائج التي يمكن أن تتوصل إليها الهيئة المشرفة على الاستطلاع، لذلك ينبغي توعية المستجوبين من أن هذه الاستطلاعات لا تكاد تعدو إلا واحدة من طرق البحث والاستقصاء ذات الطابع العلمي، رغم أن الأمر يتطلب عملية توعية واسعة النطاق، حتى تغدو ثقافة مجتمع بأكمله، مع الأخذ في الحسبان أن ثقافة الخوف من الاستطلاعات متفاوتة بين شعوب الدول العربية، وتزداد حدة في المجتمعات التي تحكمها أنظمة قمعية، وفي بعض البلدان لا يمكن إجراء الاستطلاع فيها إلا بعد موافقة مسبقة من السلطات المعنية، بعد الإطلاع على مضمون الاستطلاع و طبيعة الأسئلة المطروحة فيه.

"إن الرأي العام العربي مازال يعاني التهميش، بل الإقصاء في أحيان كثيرة في مجمل القضايا الحياتية التي تهمة، فهو متهم من قبل الأنظمة السياسية الحاكمة بالتسطح والمراهقة أو عدم الموضوعية، لذلك لا تحمل تلك الأنظمة أي مقدار من الاحترام والتقدير لعمليات استطلاع الرأي العام التي تجرى على الجماهير العربية"⁽³⁶⁾، إذ "غالبا ما توصف بأنها انفعالية ومؤقتة وبعيدة عن روح المنطق لأن الأفراد سيتجهون نحو هدف مشترك فاقدين نسبيا السيطرة على ذواتهم، ويلعب كل من الإيحاء والتقليد دورا هاما في ذلك التوجه المشترك"⁽³⁷⁾، وقد أثبتت الدراسات "أن ذاتية الجماعة شيء مختلف تماما وكل الاختلاف عن ذاتية كل عضو فيها، فكل فرد داخل جماعته يترفع عن مصالحه الخاصة أو الذاتية، ويتعصب للمصالح المشتركة لجماعته ككل، وهذا يدل على ذوبان ذاتية الفرد داخل ذاتية هذا الكيان الأكبر ممثلا في

الجماعة التي ينتمي إليها"⁽³⁸⁾ ، وتزداد شدة ارتباط الفرد بجماعته أكثر عندما يتبنى أيديولوجيتها، فلا يرى سبيلا إلى مخالفة جماعته.

وقد أورد سعيد بن سلطان الهاشمي عددا كبيرا من النقائص والإشكالات التي تقدح في مصداقية استطلاعات الرأي العام خاصة في عالمنا العربي، نذكر منها ما يلي⁽³⁹⁾ :

- "تتهم بأنها غير موضوعية، ومسيّسة وتتحكم فيها جهة التمويل الصادرة منها.

- تتهم بأنها تدار وتوجّه من الخارج وفق أجندات خارجية.
 - تعاني شيوع أفكار الخوف من هذه الاستطلاعات لكي لا تكون أداة تعقب من قبل الحكومة على شعبها.
 - تعاني غياب الشفافية عند نشر النتائج، لأسباب يختلقها القائمون على هذه الاستطلاعات، كالحفاظ على اللحمة الوطنية أو تجنب الفرقة والفتن".

إن هذه النقائص التي تعاني منها استطلاعات الرأي العام في الجزائر أو في عالمنا العربي عموما تبدو منطقية إلى حد كبير، ورغم ذلك فإن المشهد العام ليس بهذا السوء والضبابية، إذ ليس بالضرورة أن كل القضايا تدار وتوجه من الخارج، أو تشيع فيها ثقافة الخوف أو تغيب عنها الشفافية خاصة إذا كانت قضية الرأي ذات بعد اجتماعي محض، وبعيدة كل البعد عن الشؤون السياسية التي يحتمل أن تتأصل فيها هذه السلبيات، فكثير من القضايا في الجزائر كان فيها الرأي العام أكثر جرأة في التعبير عن موقفه، خاصة في القضايا الاجتماعية ذات البعد الوطني، إذ لا يخفى مطالبات كثير من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بضرورة إعدام محتطفي الأطفال نظرا لارتفاع حالات هذا النوع من الجرائم في المجتمع الجزائري، أو في حالات

الرفض لاستغلال الغاز الصخري، وهناك مؤشرات عديدة توحى بارتفاع مستوى الوعي لدى الشباب الجزائري والعربي تجاه قضاياها التي تمسه في حياته اليومية، بل صار الحديث في بعض القضايا السياسية الحساسة الداخلية أمرا مستساغا، بعدما كان الحديث فيها ضربا من المستحيل، لقد صارت قضايا الفساد السياسي والمالي حديث المجالس والمنتديات العامة، وزادتها حدة انخراط الشباب في المجال العام الافتراضي، إذ لا سطوة فيه لأحد على رأي أحد، وخاصة في السنوات القليلة الماضية، التي تنامي فيها الوعي العام في المنطقة العربية بشكل ملحوظ.

"إن النمو المتدرج لتأثير الرأي العام في هذه المنطقة من العالم في السنوات العشر الأخيرة، لا يمكن تجاهله وذلك لأسباب نورد منها على سبيل المثال: القفزات النوعية والكمية التي حققها الإعلام العربي، وخاصة في شقه المرئي، والتطور الهائل في مجال التواصل الإلكتروني وثورة المعلومات العالمية، والتقدم في مجالات النشر الإلكتروني المجاني، التي عززت من حرية التعبير عن الرأي، وخاصة المنتديات والمدونات والصحف الرقمية"⁽⁴⁰⁾ ، دون أن نتجاهل الاستخدام المكثف لمواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة منها موقع الفايسبوك .Facebook

7 - خاتمة:

كانت الاستطلاعات ولا زالت أهم الطرق التي تتبناها مراكز الاستطلاع في قياس الرأي العام عند الأفراد، ومهما قيل في مساوئها، إلا أنها أضحت أداة مساعدة لعديد الأنظمة لا يمكن الاستغناء عنها أبدا، ولعل ازدياد أعداد مراكز الاستطلاع في كبريات العواصم العالمية الغربية لدليل على أن الاستطلاع مازال يشق طريقه في الديمقراطيات الغربية التي تشهد حرية

الرأي والتعبير، لذلك فإن "الخلل ليس في أصل فكرة استطلاعات الرأي ولا في إجراءاتها ومناهجها، ولكن الاستخدام المصمم لتكريس نتائج استطلاعات الرأي لخدمة نيات وأهداف أخرى، هو العطب الدائم الذي يصيب هذه العملية، ولعل وسائل الإعلام تتحمل جزء من المسؤولية"⁽⁴¹⁾ باعتبار أن البعض من تلك الوسائل قد تقوم بتقديم قراءات مقتطعة ومجزأة لتلك النتائج خارج سياقها العام لخدمة أغراض وأهداف مسبقة، بل قد يصل الأمر أحيانا إلى حد التناقض بين تلك الوسائل التي تختلف دوافعها وخلفياتها في ما يتم بثه و نشره للمتلقين من نتائج الاستطلاع، وعلى هذا الأساس لا يمكن إرجاع اللائمة دوما على الاستطلاعات في حد ذاتها، وإنما القراءات المتعددة والمتنوعة لتائجها قد يكون لها أثر عكسي ومخالف تماما، بل قد يكون التحليل المبالغ فيه مضللا ولا يعكس الرأي العام حقيقة.

الهوامش :

- 1 - مالفى عبد القادر و تواتي فاطمة الزهراء، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، العددان 5 و 6، سبتمبر 2013، ص 35.
- 2 - نهى ميلور، الصحافة العربية الحديثة المشكلات والتوقعات، ترجمة: منذر محمود محمد، العبيكان للنشر، الرياض، 2012، ص 158.
- 3- المرجع نفسه، ص 154.
- 4 - محمد شليبي، تبادل الفرص والقيود بين السياسة والإعلام وأثره في العملية السياسية، مجلة المستقبل العربي، السنة، ص 39.
- 5 - رشيد حمليل، الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 138.
- 6 - رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012، ص 116.
- 7- المرجع نفسه، ص 20.
- 8 - ستيفن كولمان و كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 27.

- 9 - إسماعيل عزام، "الرأي العام في قبضة الانترنت"، مجلة الصحافة، السنة الأولى، العدد 01، مركز الجزيرة الإعلامية للتدريب والتطوير، الدوحة، 2016، ص 30.
- 10 - عزام علي الجويلي، الإعلام الجماهيري، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 40.
- 11 - أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 194.
- 12 - ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام: تأثير الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 120.
- 13 - عبد الله محمد عبد الرحمن و محمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 326.
- 14 - دون مؤلف، "الدراسات المسحية للرأي العام"، ترجمة: حنان حسن عبد الرزاق، مراجعة: حميد جاعد محسن، الباحث الإعلامي، العدد 6 - 7، بغداد، 2009، ص 265.
- 15 - أحمد بدر، مرجع سابق، ص 112.
- 16 - علي حسين طوينة، "الشورى السياسية واستطلاعات الرأي العام"، الباحث الإعلامي، بغداد، العدد 31، 2016، ص 19.
- 17 - ميثم حسين الشافعي، دور الرأي العام في الكفاح الدستوري للشعوب، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السابع، العدد 02، 2009، ص 157.
- 18 - حسين علي إبراهيم الفلاح، الديمقراطية والإعلام والاتصال، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 286.
- 19 - مجذوب بخت محمد توم و نصر سالم موسى، "فاعلية قياس الرأي العام في العالم العربي: دراسة مقارنة بين موقعي الجزيرة نت والحررة نت"، العلوم الإنسانية، مجلد 16، العدد 02، الخرطوم، 2015، ص 23.
- 20 - علي بسيوني، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظم الحكم، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2014، ص 53.
- 21 - جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، تر: أنسام محمد الأسعد، مراجعة وإشراف: بسام بركة، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2011، ص 132.
- 22 - المرجع نفسه، ص 131.
- 23 - فيليب ريتور، سوسيولوجيا التواصل السياسي، ترجمة: خليل أحمد خليل، دار الفارابي، بيروت، 2008، ص 53.
- 24 - أحمد عبدلي، "صناعة الخوف في وسائل الإعلام وأثره على الرأي العام"، المعيار، قسنطينة، العدد 16، 2008، ص 06.
- 25 - علي حسين طوينة، مرجع سابق، ص 21.

- 26 - هيثم هادي نعمان الهيتي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 75.
- 27- رشيد حمليل، مرجع سابق، ص 173.
- * - للمزيد حول معرفة موقف بورديو من الاستطلاعات راجع كتابه: بعبارة أخرى.. محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية، ترجمة: أحمد حسان، مبريت للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
- 28 - ستيفن كولمان و كارين روس، مرجع سابق، ص ص 28 - 29.
- 29 - فيليب ريتور، مرجع سابق، ص 55.
- 30 - علي حسين طوينة، مرجع سابق، ص 12.
- 31 - فيليب ريتور، مرجع سابق، ص 51.
- 32- جوزيف إن كابيللا وآخرون، تحرير: دوريس جرابر وآخرون، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، تعريب: زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص 201.
- 33 - صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2010، ص 84.
- 34 - وسائل الإعلام العربية: أدوات الحكومة، هل هي أدوات للشعب ؟ سلسلة الدبلوماسية الافتراضية، رقم 18، معهد السلام الأمريكي، واشنطن، 2005، ص 11.
- 35 - مجذوب بجيت محمد توم و نصر سالم موسى، مرجع سابق، ص 24.
- 36 - سعيد بن سلطان الهاشمي، "استطلاعات الرأي العام والممارسة الديمقراطية في الوطن العربي: تفكير في وضع يتجاوز الراهن"، المستقبل العربي، العدد 382، 2010، بيروت، ص 49.
- 37 - سلام خطاب أسعد، "الإعلام وصناعة الرأي العام: دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام"، آداب الفراهيدي، تكريت، العدد 17، 2013، ص 482.
- 38 - رشيد حمليل، مرجع سابق، ص 119.
- 39 - سعيد بن سلطان الهاشمي، مرجع سابق، ص 50.
- 40 - سعيد بن سلطان الهاشمي، مرجع سابق، ص 52.
- 41 - صباح ياسين، مرجع سابق، ص 87.