

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام

مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثالثة علم اجتماع الإتصال

إعداد: د/ حديدان صبرينة

الموسم الجامعي:

2016/2015

الصفحة	المحتويات
03	مقدمة
06	المحور الأول: مدخل إلى القياس النفسي
07	تمهيد
08	أولاً: مفهوم القياس النفسي
10	ثانياً: أهمية القياس النفسي
10	ثالثاً: أهداف القياس النفسي
11	رابعاً: مستويات القياس النفسي
12	خامساً: شروط القياس النفسي
19	سادساً: تصنيف القياسات النفسية
20	خلاصة
21	مراجع المحور
22	المحور الثاني: الدراسة النظرية للإتجاهات وطرق قياسها
23	تمهيد
24	أولاً: مفهوم الإتجاه
27	ثانياً: بعض المفاهيم المتصلة بالإتجاه
28	ثالثاً: مركبات وخصائص الإتجاه
32	رابعاً: تشكيل الإتجاه
37	خامساً: أنواع ووظائف الإتجاه
42	سادساً: تعديل (تغيير) الإتجاه
49	سابعاً: مقاييس الإتجاه
67	ثامناً: مشكلات قياس الإتجاه
70	خلاصة
71	مراجع المحور
74	المحور الثالث: أساسيات في الرأي العام وطرق قياسه
75	تمهيد
76	أولاً: تعريف الرأي العام
78	ثانياً: نشأة الرأي العام وتطوره
82	ثالثاً: أنواع الرأي العام

84	رابعا: خصائص الرأي العام
85	خامسا: أهمية الرأي العام وأهداف قياسه
88	سادسا: وسائل الرأي العام
89	سابعا: آليات وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام
91	ثامنا: منهجية قياس الرأي العام
101	تاسعا: طرق قياس الرأي العام
107	عاشرا: مشكلات قياس الرأي العام
109	خلاصة
110	مراجع المحور
113	خاتمة
114	قائمة المراجع

مقدمة:

يجمع الباحثون والمنظرون على أن كلا من الإتجاه والرأي العام هما ظاهرة اجتماعية سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون اعتبار لمستوى تقدمها أو نوعية نظامها السياسي والاقتصادي.

فقد اعتبر الإتجاه النفسي من أهم محددات السلوك، باعتباره ناتج عن تفاعل أفكار البشر ومشاعرهم سلوكياتهم، والموجه لمواقفهم حيال الموضوعات المختلفة. وقد حدد هذا هيربرت سبنسر - وهو أول من استخدم مصطلح اتجاه- حينما أشار إلى أن أحكامنا السليمة حول الموضوعات الجدلية تعتمد إلى حد كبير على اتجاهاتنا نحوها.

وبالنظر لقدرة الإتجاه على توجيه السلوك، ولدت رغبة ملحة لدى علماء النفس الإجتماعي في تطبيق القياس على هذا المفهوم المعقد، رغبة في معرفة قوة الإتجاه وعموميته، والوصول إلى مقارنة واقعية له.

كما أن الرأي العام وجد منذ بدء الوجود البشري، إلا أن الاهتمام بها كحقل للدراسة يعد أمراً حديثاً نسبياً، بعدا لفتت الجماهير القادة والسياسيين إلى القوة التي تمتلكها انطلاقاً من رأيها الذي عمل على قلب موازين القوى في حوادث تاريخية عديدة وفي بلدان كثيرة.

لذا، فقد غدت قياسات الرأي العام أحد أهم الجوانب الإجتماعية التي أخذت صدى عالمياً وقد أصبحت في يومنا هذا لغة عالمية يفهمها الجميع ؛ حيث تمثل المؤشر الأساسي لديموقراطية الحكم. غير أن قياسات الرأي العام لا تتوقف عند الجانب السياسي فقط، بل أن معظم

المؤسسات الكبرى تعتمد على هذه العملية لمعرفة اتجاهات الرأي العام نحو السلع أو الخدمات التي تقدمها، وما الذي يرغبون فيه مستقبلاً.

وتعود أهمية قياس الرأي العام لكون معرفة اتجاهات الرأي العام في أي مجال من مجالات الحياة يساعد معرفة الواقع الفعلي؛ حيث يمكن معرفة المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة واحتياجات الرأي العام ورغباته، كما يوفر ذخيرة حية من المعلومات عن الرأي العام ومقوماته واتجاهاته تساعد على اتخاذ القرار المناسب في ضوء الحقائق المتوافرة، وتوجيه الرأي العام توجيهاً سليماً وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وآراء واتجاهات تساعد في وقاية المجتمع من الإضطرابات وفي دفع عملية التنمية.

واعتماداً على ما سبق، فإن هذه المطبوعة تتضمن مجموعة محاضرات موجهة لطلبة السنة الثالثة اتصال في مقياس: قياس الإتجاه والرأي العام، حسبما هو مقرر، بشكل يسمح للطلاب بالإلمام بمفهومي الإتجاه والرأي العام من جهة، ومعرفة الطرق التي تمكنه من قياسهم من جهة أخرى.

وتهدف هذه المطبوعة إلى إثراء البحث في مجالي الإتجاهات والرأي العام، انطلاقاً من قناعة أن الإتجاهات والرأي العام هما أحد محركات إحداث التغيير في المجتمعات من جهة، وكذا لافتقار في كتب قياس الإتجاه والرأي العام من جهة أخرى على الرغم من الإسهامات الوفيرة التي قدمها الباحثون ولا يزالون يقدمونها، إلا أن الأمر يكاد يقتصر على الدراسة النظرية للمفهومين، دون التوقف بالشرح والتحليل عند طرق قياسهما.

وقد حاولت هذه المطبوعة تغطية الجوانب المختلفة لقياس الإتجاه أولاً ثم لقياس الرأي العام

ثانياً، وذلك اعتماداً على :

المحور الأول: مدخل إلى القياس النفسي: وفيه وقفة عند مفهوم القياس ومتطلباته، وهو ما

يوجب إماماً ببعض المفاهيم والطرق الإحصائية التي يتطلبها القياس مثل قياس صدق وثبات أداة

القياس.

المحور الثاني: الدراسة النظرية للإتجاهات وطرق قياسها: وقد حوى هذا الفصل من

تحديد بعض المفاهيم التي لها علاقة وطيدة به كالرأي والمعتقد ، وتحديد أنواع الإتجاهات وكيفية

تعديلها وطرق قياسه، كطريقة ثيرستون وليكرت، ثم المشكلات التي تعترض القائم بقياس

الإتجاهات.

المحور الثالث: أساسيات في الرأي العام وطرق قياسه: انطلق هذا الفصل من تعريفات

للرأي العام وتطوره في تاريخ البشرية منذ العصور القديمة، وكذا أنواعه وخصائصه وأهمية قياسه

والأهداف المرجوة من ذلك، كما تعرض الفصل لوسائل الرأي العام من جهة، ولآليات ووسائل

الإعلام في صناعته من جهة أخرى. لنصل لأهم عنصر في هذا الفصل وهو منهجية قياس الرأي

العام وطرق القيام بذلك، وينتهي الفصل بعرض مشكلات قياس الرأي العام.

لتنتهي المطبوعة بخاتمة وعرض للمراجع المتعمدة في إنجازها، على أمل أن تفيد الطالب

وتحقق الهدف المنشود.

المحور الأول: مدخل إلى القياس النفسي:

تمهيد

أولاً: مفهوم القياس النفسي

ثانياً: أهمية القياس النفسي

ثالثاً: أهداف القياس النفسي

رابعاً: مستويات القياس النفسي

خامساً: شروط القياس النفسي

سادساً: تصنيف القياسات النفسية

خلاصة

مراجع المحور

تمهيد:

إن الحديث عن قياس الإتجاه والرأي العام، يستوقفنا عند مفهوم القياس النفسي. ولعل القارئ يتساءل لماذا القياس النفسي، وليس القياس فقط؟ والإجابة تكون بأن القياس يكون في كل العلوم الطبيعية والفيزيائية والإنسانية. ولقد بدأ القياس في العلوم الطبيعية حينما أراد الباحثون استخدام المقاييس الكمية بهدف الكشف عن القوانين العامة التي تحكم الظواهر، ونظرا للتطور الذي شهدته العلوم الإنسانية، ونظرا لاحتكاكها بالعلوم الطبيعية، واستفادتها منها، فقد انتقلت العلوم الإنسانية من اهتمامها بالوصف الكيفي للظواهر إلى الوصف الكمي لها، اعتمادا على مقاييس موضوعية. وبهذا انتقل القياس من العلوم الطبيعية إلى العلوم الإنسانية.

ولعل أكثر العلوم الإنسانية استخداما للمقاييس في وقتنا الحالي هو علم النفس، وذلك من خلال اعتماده على مقاييس التحصيل الدراسي، الذكاء، الإنجاز،الميول، الآراء والإتجاهات. واعتمادا على أن كلا من الإتجاهات والآراء هما موضوعين أساسيين في علم النفس، لارتباطهما ارتباطا وثيقا بشخصية الفرد، فعلى الباحث في طرق وكيفيات قياسهما، أن يتوقف عند القياس النفسي، من حيث طبيعته وشروط القيام به.

وسيتم في هذا المدخل، التعرف على القياس النفسي من حيث تعريفه وخصائصه، وأهميته وأهدافه، ثم عرض عنصر مهم جدا ألا وهو شروط القياس النفسي.

أولاً: مفهوم القياس النفسي: لا يمكن التعرف على مفهوم القياس النفسي، إلا بعد التعرف على المعنى الذي يحمله القياس عموماً، لأن القياس النفسي هو نوع من أنواع القياس، يختص بالخصائص السيكولوجية.

1- تعريف القياس: "هو عملية وصف معلومات (وصفا كمياً)، أو بمعنى آخر استخدام الأرقام في وصف وتبويب وتنظيم المعلومات أو البيانات في هيئة سهلة موضوعية يمكن فهمها ومن ثم تفسيرها في غير ما صعوبة.

أو هو تحويل الأحداث الوصفية إلى أرقام بناء على قواعد وقوانين معينة. ومعناه أن القياس عبارة عن تحويل وصف الظاهرة إلى ما هو أسهل من حيث التعامل وأكثر طاعة وقابلية إلى التحويل من حالة إلى حالة أخرى ألا وهو الرقم.¹

ويرى عبد الحميد محمد علي أن "القياس إحصائياً هو تقدير الأشياء والمستويات تقديراً كمياً وفق إطار معين من المقاييس المدرجة. ويتضمن القياس علاوة على التقدير الكمي للظواهر، عملية مقارنة نتيجة القياس بغيرها.

ويعرف كاميل (1925) القياس بأنه تمثيل للصفات أو الخصائص بأرقام.

ويرى ننالي (1970) أن القياس يتكون من قواعد استخدام الأعداد بحيث تدل على الأشياء بطريقة تشير إلى كميات من الخاصة.

أما أوليرة (1985) فيعرف القياس بأنه العملية التي تتحدد بواسطتها كمية ما يوجد في الشيء من الخاصة أو السمة التي يقيسها.²

1 - سعد عبد الرحمن، القياس النفسي: النظرية والتطبيق، هبة النيل العربية، طو، الجيزة، 2008، ص18

2 - عبد الحميد محمد علي وآخرون، القياس النفسي والاختبارات النفسية، مؤسسة طبية، القاهرة، 2010، ص11.

وفي تعريف آخر، فالقياس " هو مقارنة تُسجل في صورة عددية هي الدرجات، وتعتمد على

النواحي الكمية الوصفية".¹

ويشير القياس، كما أوضح محمود أحمد عامر وآخرون إلى: " العملية التي نعطي بها

تقديرًا كميًا لشيء معين، وذلك من خلال مقارنته بوحدة معيارية متفق عليها، بشرط أن تكون هذه

الوحدة من نفس الشيء أو الخاصية التي نقيسها، بغرض الكشف عن عدد الوحدات التي

يتضمنها هذا الشيء".²

بمعنى أن قياس أي شيء هو تحديد كمّه أو وزنه في أرقام. والغرض من ذلك مقارنة

الأشياء .

2- تعريف القياس النفسي:

القياس النفسي هو عملية تعيين أرقام على خصائص الشيء المراد قياسه فالقياسات المادية

هي قياسات مقننة*، أما فيما يخص الظواهر النفسية أو غير المادية فنقوم بإخضاعها إلى

قياسات هي الأخرى، فلقد حاول العلماء في الميدان التربوي إخضاع سلوك الإنسان إلى القياس.

كما يعرف القياس بأنه (التعبير الكمي عن الظواهر المادية وغير المادية ويتضمن أيضا

المقارنة وذلك بمعياري).³

1 - عباس محمود عوض، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص31.

2 - محمود أحمد عمر وآخرون، القياس النفسي والتربوي، دار المسيرة، عمان، 2010، ص79.

<http://educpsycho.blogspot.com/2013/11/blog-post.html.18/10/2015/15/46h3>

وإذا أردنا تعريف المقياس، فهو: " مجموعة مرتبة من المثيرات أعدت لتقيس بطريقة كمية أو بطريقة كيفية، بعض العمليات العقلية أو السمات أو الخصائص النفسية. وتدل كلمة المثيرات على أسئلة تطبق بطريقة أو بأخرى".¹

ثانيا: أهمية القياس النفسي: تتبع أهمية القياس النفسي من الوظائف التي يمكن أن يقوم بها، والتي يمكن اختصارها في:

- مساعدة الباحث على اتخاذ قرارات حول معنى ما يقوم به من بحث².
- التعرف على قدرات الفرد الخاصة واتجاهاته وآرائه.
- توجيه الأفراد إلى المجالات التي تتوافق مع ميولاتهم واستعداداتهم المهنية والتعلمية.
- تشخيص الواقع والتنبؤ بالسلوك الفردي والجماعي في المستقبل، بما يسمح بتجهيز الوسائل الملائمة لتوجيه هذه السلوكات ومعالجتها والتعامل معها³.

ثالثا: أهداف القياس النفسي: انطلاقا من الأهمية سابقة الذكر، فالقياس النفسي يهدف إلى

تحقيق مجموعة من الأهداف، نلخصها في⁴ ما يلي :

- إعطاء وصف كمي للظواهر النفسية، ويكون هذا الوصف موضوعيا ودقيقا، ومستقلا عن ذات الباحث وتحيزه وآرائه الشخصية.
- الكشف عن الفروق الفردية والجماعية في الزمان والمكان.

1 - محمد عبد السلام أحمد، القياس النفسي والتربوي، مكتبة النهضة، القاهرة، 1960، ص17.

2 - ليونا أ. تايلر، الإختبارات النفسية والمقاييس، ترجمة سعد عبد الرحمن، دار الشروق، ط2، القاهرة، 1988، ص 19

3 - فيصل عباس، الإختبارات النفسية: تقنياتها وإجراءاتها، دار الفكر العربي، بيروت، 1996، ص 17.

4 - عباس محمود عوض، مرجع سبق ذكره، ص 40 و ص42.

- الكشف عن القوانين العامة التي تحدد الإطار العام والعلمي لبعض السلوكيات والظواهر كالاتجاه والرأي العام.

وعموما، يمكن تحديد أهداف القياس في: الوصف، التشخيص والتنبؤ

رابعا: **مستويات القياس النفسي**¹: حينما يتم قياس السلوك، فإن ذلك يعني أن التعبير العددي

له وجود بشكل أو بآخر. وللقياس مستويات لابد من فهمها، لأن الفهم الواضح لها يعدّ أمرا مهما لارتباطه بطرق مختلفة من طرق التحليل الإحصائي للبيانات، والذي يتم وفقا لمستوى القياس المستخدم، وكل مستوى من المستويات التي سيتم ذكرها يعطينا نوعا من أنواع القياس؛ فمستوى الترتيب مثلا يعطينا القياس الرتبي، ومستوى التصنيف يعطينا القياس التصنيفي... وعموما، فمستويات القياس هي:

1- التصنيف: وفيه يتم استخدام الأرقام للدلالة على الفئات التي ينتمي لها الفرد. والعملية

الحسابية الوحيدة التي يمكن أن تطبق في مقاييس التصنيف هي عملية العد، أي تعداد الأفراد الموجودين في كل صنف أو فئة.

2- الترتيب: ويستخدم في حال ما أردنا ترتيب الأفراد في سلسلة من الأدنى إلى الأعلى،

بناء على الخاصية المراد قياسها. ويتم استخدام الدرجات المئينية في ترتيبهم. ولا يمكن استخدام العمليات الحسابية المعروفة (الجمع، الطرح، الضرب، القسمة)، بل يتم استخدام الطرق الإحصائية التي تقوم على فكرة التجميع والترتيب (تكرار المتجمع الصاعد مثلا).

1 - راجع: محمود أحمد عمر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 82- ص 103 (بتصرف)
- ليونا أ. تايلر، مرجع سبق ذكره، ص 23 - ص 26 (بتصرف)

3- الوحدات المتساوية: ويتميز هذا المستوى بقدرته على منحنا معرفة مقدار المسافة التي تفصل بين شخصين أو موقفين (الفرق بينهما). ويجوز في هذا المقياس استخدام عمليتي الطرح والجمع. ويبقى عيب هذا المستوى أن ليس له نقطة صفر حقيقي.

4- مقياس النسبة: وفيه يمكن استخدام الجمع والطرح والقسمة والضرب. ومقاييس النسبة لها جميع خصائص مقاييس الوحدات المتساوية، إضافة إلى وجود نقطة صفر حقيقي.

خامسا: شروط القياس النفسي:

إذا كان القياس النفسي يستهدف قياس السلوك البشري أو جوانب منه. فإن هناك حقيقة لا بد من الإنتباه لها، وهي أن السلوك البشري في حالة تغير دائم، وهو كثيرا ما يخدع دارسه، بالإضافة إلى أنه معقد تعقيدا كبيرا، إلى جانب أنه يُدرس من طرف الإنسان، وهذه مشكلة القياس النفسي.

وعلى الرغم من دقة القياس الكمي، إلا أنه يوجد به قدر من الخطأ، ويعدّ ذلك من خصائص عملية القياس، ويطلق عليه: خطأ القياس. وترجع أخطاء القياس إلى عدة عوامل منها¹:

- ما يتصل بالقائم بالقياس.
 - ظروف الموقف الذي يتم فيه القياس.
 - طبيعة أداة القياس.
 - المبحوثين الذي نقوم بتقدير الصفة لديهم.
- وحتى يتم تلافي هذه المشكلات، والقيام بقياس موضوعي، لا بد أن يصاغ المقياس بطريقة

موضوعية دقيقة، وبتابع الشروط التالية¹:

1 - محمود أحمد عمر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 79.

1- الموضوعية: والتي تعني إخراج رأي المصحح وحكمه الشخصي من عملية التصحيح، كما تعني عدم ارتباط درجة المفحوص بمن يقوم بالفحص، وأيضا عدم اختلاف هذه الدرجة باختلاف المصححين. والموضوعية شرط أساسي عليها يتوقف ثبات وصدق المقياس، كما أنها ضرورية ولازمة لجميع أنواع المقاييس والإختبارات.

2- الشمولية: لا بد أن تغطي بنود وفقرات المقياس جميع جوانب الموضوع المراد قياسه.

3- الصدق: إن القياس الجيد هو القياس الصادق الذي يقيس فعلا ما صمم لقياسه. ويرتبط صدق المقياس بصدق كل فقرة وبند فيه. ويرتبط صدق المقياس بثباته. وفي ما يلي وقفة تفصيلية عند ثبات المقياس وصدقه.

1- الثبات²: يتناول مدى تطابق درجات أفراد مجموعة معينة على اختبار معين في كل مرة يعاد اختبارهم. فالثبات يشير إلى الإستقرار في درجات الفرد الواحد على المقياس نفسه، وهذا يعني إلى أي مدى يعطي المقياس النتائج نفسها في إجراءات متكررة للأفراد أنفسهم.

ويدل ثبات المقياس على وجود خاصية مهمة، ألا وهي اتساق البيانات التي يتم جمعها بواسطة ذلك المقياس. والمقصود بالاتساق، أن يكون لهذه البيانات منطق واحد أو اتجاه واحد، مما يفضي إلى الدقة في الحصول على النتائج نفسها عند تكرار التجربة على الأفراد أنفسهم وفي الظروف نفسها.

1 - نادية بعبيع، محاضرات في القياس النفسي وبناء الإختبارات، <http://assps.yourforumlive.com/t106-> **topic**، 2015/11/13، h13:56

2 - راجع: سعد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 177- ص 187. (بتصرف)

- فيصل عباس، مرجع سبق ذكره، ص 22 - ص 24. (بتصرف)

- عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته حمود، سيكولوجية الإتجاهات، دار غريب، القاهرة، دبت، ص 77 -

ص 81 (بتصرف)

وتعتمد فكرة الثبات على مدى انحراف درجة كل فرد في التطبيق الأول للاختبار عنها في التطبيق الثاني للاختبار نفسه. ويقاس هذا الانحراف إحصائياً بما يسمى بالانحراف المعياري وبمربع هذا الانحراف أو التباين.

ويمكن أن يتحقق الباحث من ثبات مقياسه باستخدام إحدى الطرق التالية:

أ- إعادة الإختبار: وتقوم هذه الطريقة على تطبيق المقياس على مجموعة من الأفراد ثم إعادة تطبيق المقياس نفسه على الأفراد أنفسهم بعد مضي مدة زمنية يحددها الباحث، على أن لا تمتد لفترة تفوق 6 أشهر. ثم يحسب الارتباط بين الدرجات في مرتي التطبيق، وبذلك نحصل على معامل ثبات الإختبار. وفي ما يلي مثال توضيحي:

من أجل قياس اتجاهات عينة من 20 فردا بتطبيق طريقة ليكرت المعدلة، تم تطبيق 20 مقياس تجريبي. في دراسة عدد بنود مقياسها 68 بندا، منها 34 بندا إيجابيا و 34 بندا سلبيا، فإن أقصى درجة يمكن أن يحصل عليها المبحوث: 136 هذا إذا كانت كل إجاباته موافقة مع منهج الموضوع المراد قياسه، وأدنى درجة 121 في حالة معارضته للموضوع. ولا تحسب المعارضة باستجابات المبحوثين نحو بنود المقياس كلها بدرجة (معارض)، إذ أن هناك بنودا إيجابية وأخرى سلبية، فجاءت نتائج تجريب المقياس لمعرفة ارتباط بنوده ومدى ملاءمتها للدراسة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 01 : معامل الإرتباط في تجريب المقياس:

المبحوث	X	² X	Y	² Y	XY
1	138	19044	138	19044	19044
2	133	17689	136	18496	18088
3	138	19044	140	19600	19320
4	135	18225	138	19044	18630
5	132	17424	134	17956	17688
6	132	17424	132	17424	17424
7	140	19600	132	17424	18480
8	136	18496	136	18496	18496
9	132	17424	137	18769	18084
10	135	18225	132	17424	17820
11	133	17689	133	17689	17689
12	135	18225	133	17689	17955
13	140	19600	132	17424	18480
14	138	19044	140	19600	19320
15	133	17689	133	17689	17689
16	136	18496	136	18496	18496
17	137	18769	137	18769	18769
18	134	17956	134	17956	17956
19	134	17956	140	19600	18760
20	135	18225	140	19600	18900
المج	2706	366244	2713	368189	7341378

X : مجموع درجات التطبيق الأول

Y : مجموع درجات التطبيق الثاني

$$.135.63 = \sqrt{\frac{367928}{20}} = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n}} = X \delta \text{ أو } X \text{ ل } \text{الإنحراف المعياري ل } X$$

$$\text{الإنحراف المعياري ل } Y \text{ أو } \delta Y = \sqrt{\frac{\sum Y^2}{n}} = \sqrt{\frac{370268}{20}} = 136.06.$$

معامل الارتباط يساوي 1 تقسيم عدد الإستمارات التجريبية ضرب مجموع درجات التطبيق الأول مضروب في مجموع درجات التطبيق الثاني تقسيم الإنحراف المعياري لدرجات التطبيق الأول مضروب في الإنحراف المعياري لدرجات التطبيق الثاني، أو كما هو محدد في المعادلة

التالية:

$$r = \frac{\epsilon XY}{\delta X \delta Y} \text{ بالتعويض نجد } r = \frac{1}{20} \cdot \frac{368066}{135.63 \times 136.06} = \frac{368066}{369076.35} = 0.99$$

وبالتالي فإن معامل الارتباط في تجريب المقياس هو $r = 0.99$ ، مما يجعل المقياس قابلا

للتطبيق .

ب- طريقة الشكلين المتكافئين: تعتمد هذه الطريقة على صياغة صورتين للمقياس نفسه، تتشكل كل صورة منفصلة عن الأخرى، وكل صورة تتألف من فقرات (بنود) تختلف من حيث الشكل، ولكنها تتوازي من حيث المعنى. كأن نقول مثلا: القائد ديمقراطي في الصورة الأولى، والقائد يشاركني في اتخاذ القرار في الصورة الثانية. وتحتوي الصورتان على العدد نفسه من الفقرات، ويتم إجراؤها وتصحيحها بالطريقة نفسها.

تطبق الصورة الأولى على مجموعة من الأفراد، ثم يعاد تطبيق المقياس على الأفراد أنفسهم ولكن بصورته الثانية، ويقوم الباحث بمقارنة نتائج التطبيقين عن طريق حساب معامل الارتباط بين الدرجات، كما تم توضيحه في طريقة إعادة الإختبار.

2-الصدق¹: ويقصد به أن يقيس المقياس فعلا القدرة أو السمة أو الخاصية أو الإتجاه أو

الرأي أو الإستعداد الذي وضع لقياسه، أي يقيس فعلا ما يقصد أن يقيسه.

فالصدق يتناول العلاقة الأساسية بين المفهوم الذي نريد قياسه والمقياس، أو بين السمة

والمقياس الذي يقيسها.

ودراسة الصدق خطوة مهمة جدا لا يمكن إغفالها مهما كانت درجة ثبات المقياس، ذلك أن

المقياس قد يكون ثابتا بدرجة عالية (بمعنى معامل ارتباط لا يقل عن 0.95 مثلا) ومع ذلك قد

لا يكون صادقا. وبالتالي، فهو لا يصلح للقياس. فالمقاييس التي تقيس الطول مثلا لا تكون

صادقة في قياس الوزن مهما كانت نتائجها ثابتة.

وبما أن المقياس الصادق هو المقياس الذي يقيس الخاصية التي صيغ من أجل قياسها،

دون النظر إلى خاصية أخرى، فالصدق يشترط وجود الثبات؛ بمعنى أن كل مقياس صادق لا بد

أن يكون ثابتا، وليس كل مقياس ثابت هو بالضرورة صادق.

ويرى سعد عبد الرحمن أن المقياس لا يمكن أن يكون صادقا إلا إذا توفر فيه ما يلي²:

- أن يكون قادرا على قياس ما وضع لقياسه، وذلك عن طريق صلته بمكونات الموضوع

المراد قياسه.

- أن لا يتجاوز الموضوع المراد قياسه إلى موضوع آخر قد يؤثر على الموضوع المراد

قياسه... حيث تصاغ البنود بصورة ملائمة لما يراد قياسه.

1 - راجع: فيصل عباس، مرجع سبق ذكره ، ص23- ص25 (بتصرف)

- محمد عبد السلام أحمد، مرجع سبق ذكره، ص188- ص 191 (بتصرف)

- كامل محمد محمد عويضة، علم النفس الإجتماعي، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996، صص-131-132 (بتصرف)

2 - سعد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 197 - 198.

- أن يكون قادرا على التمييز بين طرفي الموضوع الذي يقيسه (القوة والضعف)، فإذا تقاربت درجات المقياس، فهذا يدلّ على ضعفه، وهو ما يعني أنه لم يقم بمهمته في معرفة الفروق الفردية وحتى الجماعية.

وهناك عدة أنواع من الصدق أهمها:

- الصدق الظاهري (السطحي): هو صدق غير متعمق للمقياس، حيث لا يتعدى النظرة التأملية النظرية للمقياس لتخمين مدى علاقة محتواه بالخاصية التي يُراد قياسها. فالصدق الظاهري لمقياس الرأي حول وظيفة الإعلام في المجتمع العربي لا بد أن تكون فقراته تدور حول الوظائف الترفيهية والإخبارية والتثقيفية... وإلا لا يتحقق الصدق السطحي للمقياس.

- صدق المحك*: ويقصد به مدى اتفاق نتائج تطبيق القياس مع محك آخر خارجي، ويكون هذا عادة بواسطة حجم الترابط بين المقياس والمحك.

ويميز الإحصائيون بين نوعين من صدق المحك هما: الصدق التلازمي الذي يكون آليا، والصدق التنبؤي الذي يكون مستقبليا.

- صدق المضمون (المحتوى): يتوقف على مدى قياس أداة معينة لمجال مضمون معين. فعلى المقياس أن يقيس وبشكل مناسب من خلال فقراته وبنوده ومضمونها ما يجب عليه أن يقيسه. فمثلا مقياس الإتجاه نحو التدخين، يتوقف على ما يتضمنه من فقرات تحتوي الجانب العقلي (الفكري/ المعرفي)، الجانب العاطفي (المشاعري) والجانب السلوكي نحو التدخين.

* المحك هو مقياس موضوعي مستقل عن الإختبار، نقيس به صدق الإختبار.
- محمد عبد السلام أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 194.

سادسا: تصنيف القياسات النفسية¹: يمكن تصنيف القياسات النفسية وفقا لعدة معايير

منها:

1- وفقا لميدان القياس:

- عقلية معرفية: مقياس الذكاء، القدرات، الإستعدادات، التحصيل.
- شخصية مزاجية: الإستبيانات، المقابلات، الميول، الإتجاهات، القيم، الحاجات.

2- وفقا لطريقة إجراء القياس: مقاييس فردية وأخرى جماعية.

3- وفقا لمحتوى القياس:

- مقاييس لفظية: تعتمد على اللغة في مفرداتها، ولا تصلح إلا للمتعلمين.
- مقاييس غير لفظية: تحتاج للفهم والشرح، وتكون مفرداتها غالبا في شكل صور ورسوم وأشكال.

- مقاييس أدائية: والتي تعتمد على الممارسات والسلوكيات والأنشطة.

4- وفقا للزمن:

- مقاييس السرعة: زمنها محدد.
- مقاييس القوة: ليس لها زمن محدد.

5- وفقا للبنود أو الفقرات:

- مقاييس مبنية على خطأ وصواب.
- مقاييس للإختيار من بين عدة بدائل.
- مقاييس التكملة وإعادة الترتيب.
- مقاييس المزوجة والمطابقة.
- مقاييس الإستجابة الحرة.

1 - محمود أحمد عمر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 104 - ص 106 (بتصرف)

خلاصة:

لقد غدا القياس في العلوم الإنسانية أمرا ممكنا جدا، بل وضروريا من أجل إضفاء الصبغة الموضوعية على فهم السلوك البشري وتفسيره والتنبؤ به. غير أن هذا لا يعني أن القياس النفسي لا يواجه مشكلات في تطبيقه، ولعل أهم العوامل الكامنة وراء هذه المشكلات، هو كون المجال الذي يتم التعامل معه معقد جدا، ألا وهو السلوك البشري، وما يختفي وراءه من اتجاهات ورغبات وقيم ومعتقدات، تتحكم فيه، وتجعله غير قابل للتفسير المباشر.

من أجل ذلك، وجب على كل القائمين على إجراء القياس في العلوم الإنسانية عدم الإنخداع بالإستجابات الظاهرة والمباشرة، لأنها غالبا ما تكون مخادعة، كما أنها تتعرض لتغير وتبدل دائمين.

مراجع المحور:

- 1- سعد عبد الرحمن، القياس النفسي: النظرية التطبيق، هبة النيل العربية، ط5، الجيزة، 2005.
- 2- ليونا أ. تايلر، الإختبارات النفسية والمقاييس، ترجمة سعد عبد الرحمن، دار الشروق، ط2، القاهرة، 1996.
- 3- محمد عبد السلام أحمد، القياس النفسي والتربوي، مكتبة النهضة، القاهرة، 1960.
- 4- محمود أحمد عمر وآخرون، القياس النفسي والتربوي، دار المسيرة، عمان، 2010.
- 5- عباس محمود عوض، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998.
- 6- عبد الحميد محمد علي وآخرون، القياس النفسي والإختبارات النفسية، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2010.
- 7- عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته حمود، سيكولوجية الإتجاهات، دار غريب، القاهرة، د.ت.
- 8- كامل محمد محمد عويضة، علم النفس الإجتماعي، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996.

المحور الثاني: الدراسة النظرية للإتجاهات وطرق قياسها

تمهيد

أولاً: مفهوم الإتجاه.

ثانياً: بعض المفاهيم المتصلة بالإتجاه.

ثالثاً: مركبات وخصائص الإتجاه.

رابعاً: تشكيل الإتجاه.

خامساً: أنواع ووظائف الإتجاه.

سادساً: تعديل (تغيير) الإتجاه.

سابعاً: مقاييس الإتجاه.

ثامناً: مشكلات قياس الإتجاه.

خلاصة

مراجع المحور

تمهيد:

يختلف الأفراد عن بعضهم البعض مهما تشابهوا (حتى التوأم)؛ وذلك ناجم عن الفروق الفردية التي تجعل كل فرد بشخصه يتميز عن غيره ولو بميزة واحدة. فالأفراد يختلفون في أشكالهم وفي طرق لباسهم وفي حديثهم وفي تفكيرهم وفي آرائهم ومشاعرهم وسلوكياتهم....

وتكوّن الآراء والمشاعر والسلوكيات لدى الفرد ما يعرف في أدبيات علم النفس الإجتماعي بالإتجاه، ذلك المفهوم الهام المركب من ثلاثة أبعاد: معرفي، عاطفي وسلوكي.

ولأن الإتجاه يوجه السلوك، ولأن السلوك يؤثر على الفرد وعلى الجماعة وبالتالي على المؤسسة التي يتواجد فيها ذلك الفرد، كان الزاما في هذه الدراسة تبيان الجوانب التي يدرس من خلالها....

أولاً: تعريف الإتجاه:

يعدّ هذا المفهوم متداولاً أكثر في أدبيات علم النفس وعلم النفس الاجتماعي؛ ذلك لأنه في اصطلاحه مركب من مركبات نفسية أكثر (العقلي، العاطفي والسلوكي)، ولأنه يتعلق بالفرد ثم بالجماعة. لذلك سيأتي تعريفه من كتابات علم النفس الاجتماعي لعدم الحصول على كتب أخرى تتحدث عنه في علم الاجتماع.

يعرفه علي السلمي على أنه: " تنظيم متناسق من المفاهيم والمعتقدات والعادات، والدوافع بالنسبة لشيء محدد." (1)

يظهر من خلال هذا التعريف أن الإتجاه ذو تكوين متناسق يضم مركبا عقليا (المفاهيم) وآخر سلوكي (العادات) وآخر نفسي عاطفي (الدوافع). وذلك تجاه شيء محدد، قد يكون شخصا أو موقفا أو جماعة أو حادثة أو غيرها.

إلا أن ما يؤخذ على هذا التعريف هو عدم ترتيبه لمركبات الإتجاه، فحسب الباحثة لا بد أن تأتي هذه المركبات متتالية ومتلاحقة، تكون ثانيها نتيجة لأولها كما يلي: المركب العقلي - المعرفي، المركب العاطفي ثم المركب السلوكي.

ويرى تعريف آخر أن الإتجاه هو: " ميل لموضوعات معينة، أو أنه دافع مكتسب يميل بالفرد لموضوعات معينة يقبل عليها ويحبذها أو يرغب فيها أو يحبها أو يميل عنها أو يرفضها أو يكرهها." (1)

¹ - علي السلمي، تحليل النظم السلوكية، مكتبة غريب، القاهرة، 1975، ص 162 .

رغم أن هذا التعريف لم يبيّن مكونات الإتجاه، إلا أنه أبرز خاصية هامة من خصائصه ألا وهي الإكتساب؛ بمعنى أن الفرد لا يولد وهو يحمل اتجاهات محدّدة حيال المواضيع المختلفة أو الأشخاص أو الأشياء، بل يكتسب هذه الإتجاهات من خلال تفاعله مع بيئته. وتعني كلمة الإكتساب إضافة إلى الخبرة، المعرفة؛ فالفرد لا يستطيع أن يشكل اتجاها نحو موضوع ما دون أن تكون لديه معلومات ومعارف حوله.

وقد أسهم هذا التعريف في إبراز درجات الإتجاه، ويتجلى ذلك من خلال الألفاظ: يقبل، يحبذ، يحب، وهي درجات إيجابية للإتجاه، أو بمعنى آخر هي درجات الإتجاه الموجب. والألفاظ الأخرى التي تنحو عكس سابقتها في الإتجاه السالب هي: يميل عنها، يرفضها، يكرهها.

ويورد محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي تعريفاً آخر للإتجاه جاء فيه: " هو مجموعة من الإستجابات المتسقة والمتوقع حدوثها بالنسبة لمجموعة من الموضوعات الإجتماعية." (2)

ويبدو هذا التعريف غامضاً، حيث ركّز على الجانب الظاهري للإتجاه (السلوك) من خلال لفظ الإستجابات، وأغفل الجانبين العقلي والعاطفي.

أما انتصار يونس فتورد تعريفاً لألبورت ذكر فيه أن الإتجاه هو: " حالة استعداد عقلي عصبي نظمت عن طريق الخبرات الشخصية، وتعمل على توجيه استجابة الفرد نحو الأشياء أو المواقف التي تتعلق بهذا الإستعداد." (1)

1 - مهدي حسن زويلف، علم النفس الإداري ومحددات السلوك الإداري، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، الأردن، 1982، ص 36.

2 - محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي ، المدخل إلى علم النفس الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997، ص 119 .

يشير هذا التعريف إلى دور الخبرة في توجيه المعارف المكتسبة حيال الموضوعات أو الأشياء أو المواقف؛ حيث أنّ هذه الخبرة (التجربة) هي التي تنظم عمل العقل وتوجّه العاطفة، مشكّلة بذلك حالة الإستعداد العصبي - العقلي التي تتمظهر في سلوكيات الأفراد حيال المواقف أو الأشخاص أو الأشياء.

وقد جاء في كتاب محمد شفيق عن توماس وزينانيكي، بأنّ الإتجاه هو: " الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير. " (2)

حيث حُصر الإتجاه في هذا التعريف في جانبه النفسي، مغفلا بذلك وجود العقل، رغم الذكر الضمني للسلوكيات (الموقف)، ثمّ أنّ الإتجاه لا يكون فقط حيال قيم ومعايير، بل يتعداها إلى الأشخاص والأشياء المواقف والنظم والمؤسسات... إلّا إذا اختصر الباحث هذه المواضيع واعتبرها قيمة أو معيارا.

ويمكن أن نختم مناقشة مفهوم الإتجاه بالتعريف التالي: " الإتجاه هو نزوع نفسي تترجمه قيم تتدرج من التفضيل إلى النبذ. " (3)

1 - انتصار يونس، السلوك الإنساني، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 277 .

2 - محمد شفيق، علم النفس الإجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 114.

3 - Dolores Albarracin and others, **The Hand Book of attitudes**, Library of congress

cataloging- in - publication , DATA, USA, 2005 , p 04.

ثانيا: بعض المفاهيم المتصلة بالإتجاه (1):

1- الإتجاه والإهتمام: الإهتمام هو اتجاه ذو وجهة موجبة يجعل الفرد يشعر حيال موضوع معين بجاذبية. كما أن الإهتمامات تتسم بالتحديد والخصوصية بينما تتسم الإتجاهات بالعمومية والشمول.

2- الإتجاه والرأي: تتناول الآراء الوقائع التي يمكن التحقق منها على أساس معايير واقعية، بينما تتناول الإتجاهات موضوعات تعتمد على الذوق وترتبط بالجانب العاطفي. كما أن الإتجاه يتميز بالثبات النسبي بينما الرأي معرض للتغيير إذا لم تعد الشواهد الواقعية مؤكدة له، فهو عبارة عن إعلان وجهة نظر تتغير وفقا لتغير الموقف ذاته.

3- الإتجاه والمعتقد: الإعتقاد هو التصديق الجازم بشيء ما. والمعتقدات هي عبارة عن تصورات الفرد ومعارفه حول شيء محدد. وبالتالي فالمعتقدات هي من بين ما يسهم في تشكيل المركب العقلاني والمعرفي الذي يتشكل منه الإتجاه.

4- الإتجاه والأيدولوجية: الأيدولوجية هي إطار واسع وشامل يجمع داخله عددا كبيرا من اتجاهات الفرد التي يرتبط بعضها ببعض، تتمثل في إدراكاته لذاته وللمجتمع الذي يعيش فيه. وبالتالي فالأيدولوجية هي جملة الإتجاهات المتشكلة لدى الفرد والتي تكوّن فلسفته في الحياة.

¹ - راجع : عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، مرجع سبق ذكره، ص 32 - ص 45. (بتصرف).
- سوسن شاكر مجيد، أسس بناء الإختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، ديونو للنشر، المملكة الأردنية الهاشمية، 2007، ص 305.

ثالثاً: مركبات وخصائص الإتجاه⁽¹⁾:

باعتبار الإتجاه نظام مركب، فهو يتشكل من عدة مركبات، وهو الأمر الذي يجعله يتميز بمجموعة من الخصائص، وهو ما سيعالج في ما يلي:

I- مركبات الإتجاه:

لقد سبق التعريف بالإتجاه وتحديد مفهومه في الفصل الأول، على أنه: الموقف الذي يتبناه الفرد حيال الموضوعات المختلفة، والذي يكتسبه من الخبرات المتعددة، مما يكون لديه حالة استعداد عقلي وانفعالي للميل نحو الموضوعات المختلفة أو النفور منها بدرجات متفاوتة. وفي هذا العنصر، سيتم التطرق إلى تشريح الإتجاه رغبة في معرفة المركبات الأساسية له. ويبدو من التعريف الإجرائي ومن إجماع الباحثين في هذا المجال أنّ للإتجاه ثلاث مركبات: معرفي، عاطفي وسلوكي.

1- المركب العقلي - المعرفي: يشير هذا المركب إلى مجموعة المعلومات، البيانات، المعارف والمعتقدات التي يحملها الفرد عن موضوع الإتجاه، مما يشكل لديه مفهوماً حوله. وتسهم الحقائق التي تتشكل لدى الفرد في توجيه عقله لاتخاذ قرار معين تجاه الموضوع. وقد يكون الفرد

¹ - راجع : محمد شفيق، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 120 - 121.

- عبد العزيز السيد الشخصي، علم النفس الإجتماعي، دار القاهرة للكتاب، مصر، 2001، ص - ص : 117 - 118.

- سلوى محمد عبد الباقي، آفاق جديدة في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د.ت، ص 88.

- سلوى محمد عبد الباقي، موضوعات في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2002، ص - ص : 144 - 145.

- جودة بني جابر، علم النفس الإجتماعي، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004، ص 268.

مدركا تماما لمفاهيمه المشكّلة حول الموضوع وواعيا بمعتقداته وبالبيانات التي يجمعها حوله، فيسهم ذلك في اتخاذ القرار المناسب نحوه. وقد يكون غير واعٍ بهذه البيانات والمفاهيم وغير مغربل لها ومتحقق منها، مما يجعل قراره حيال الموضوع غير مناسب أو غير صائب.

2- المركب العاطفي (الإنفعالي): ويترجم هذا المركب مجموعة المشاعر والإنفعالات التي تتراكم في النفس جرّاء تفاعل الخبرات والبيانات حول موضوع الإتجاه في العقل، مشكّلة بذلك حالة نفسية مزاجية، قد تكون إيجابية تدفع بالفرد لتقبل الموضوع، وقد تكون سلبية تبعده عنه وتتفرّقه منه. ومن ذلك تنجم مشاعر على درجات متفاوتة: الحب، القبول، الحياد، الرفض والكراهة.

وترتبط طبيعة العواطف والمشاعر المشكّلة لدى الفرد حيال الموضوع بما سيقدمه الموضوع من فوائد وما سيحققه له من أهداف؛ فالفرد يكوّن اتجاهها إيجابيا حيال الموضوع الذي يرى أنه يحقق له أكبر قدر من المنفعة والعكس بالعكس.

3- المركب السلوكي: تعمل الحقائق والمعتقدات التي تتشكّل لدى الفرد بفعل الخبرة عن موضوع معين على إحداث حالة مزاجية من العواطف والمشاعر حيال موضوع الإتجاه. ويظهر المركبان المعرفي والعاطفي في سلوكيات الفرد وأفعاله أو حركاته التي تترجم درجة اتجاهه. فإذا نزع الفرد للتقرب من الموضوع والتعامل معه فإن اتجاهه موجب، وإذا ما ابتعد عنه وعزف عن التعامل معه وتجنّبته، فإن اتجاهه سالب. وبالتالي، فالسلوكيات هي القراءة الصامتة أو اللغة الضمنية لمعنى الرفض أو القبول ولو بدرجات.

وقد لخص ستيوارت أوسكام و ويسلي شوتز هذه المركبات في كتابهما **الإتجاهات والآراء**

كما يلي:

الإستعداد (الميل) ← النية (القصد) ← الفعل (1)

II - خصائص الإتجاه (2):

إن الإتجاه كغيره من المفاهيم الأخرى والظواهر النفسية والإجتماعية يحمل خصائص

ومميزات تميّزه عن بقية المفاهيم، ويمكن تحديد هذه الخصائص فيما يلي:

1- الإتجاه مكتسب وليس وراثيا، وذلك باعتباره ناجم عن الخبرات التي تتشكّل لدى الفرد، والتي تساهم في تشكيل حالة الإستعداد الذهني والعصبي تجاه موضوع الإتجاه. ويتم اكتساب الإتجاه من البيئة نتيجة عمليات التنشئة الإجتماعية التي تعتبر الأسرة أولى مؤسساتها وتليها مؤسسات أخرى كالمدرسة وجماعة الأقران والمسجد....

2- باعتبار الإتجاه مكتسب فهذا يرحّج خاصية قابليته للتغيير والتعديل.

3- رغم قابليته للإتجاه للتغيير والتعديل إلا أنه يتميز بالثبات النسبي.

1 3rd - Stuart Oskamp and P. Wesley Schutz, **Attitudes and opinions**, Pearson education, 3rd edition, USA , 2005, p33.

2 - كامل محمد عويضة، دراسات علمية بين علم النفس الإجتماعي والعلوم الأخرى، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996 ، ص 170 - ص 174.

- محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 123 - 124.

- جودة بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص 271.

4- تغيير الإتجاه لا يتأتى إلا بتغيير المعلومات التي يحملها الفرد حول الموضوع؛ ذلك أن المعلومات وما تشكله من معارف هي النقطة المحورية في توجيه سلوك الفرد نحو قبول الموضوع أو رفضه.

5- الإتجاه مفهوم مركب من ثلاثة أبعاد: بعد عقلي (ناجم عن المعرفة والخبرة)، بعد عاطفي وجداني (مشاعر الحب والكره وما بينهما) وبعد سلوكي (التقرب أو النفور بدرجات).

6- الإتجاه ظاهرة إنسانية لا تتواجد إلا عند ذوي العقول. لأن غير الإنسان لا يحمل معلومات عن الموضوعات المختلفة، وبالتالي فالمركب الأول للإتجاه يكون غائبا.

7 - رغم اختلاف مركبات (عناصر) الإتجاه إلا أنها غير متعارضة؛ بمعنى أنها تسير بتوافق نحو وجهة واحدة. فمن غير المعقول أن تتشكل عاطفة الكره لدى شخص ما نحو موضوع معين ونراه يقبل نحو ذلك الموضوع.

8- الإتجاه نسبي يختلف من شخص لآخر ومن بيئة لأخرى ومن وقت لآخر.

9- رغم أن الإتجاه ليس ملموسا وليس دوما معلنا إلا أنه يمكن قياسه وتحديد شدته بالإستدلال عليه ببعض المؤشرات التي نستخرجها من البعد السلوكي أكثر من البعدين الآخرين.

10- باعتبار العاطفة من مكونات الإتجاه، فالجانب الذاتي فيه يغلب على الموضوعي في تبني المواقف حيال الموضوعات المختلفة. ومن أجل ذلك يقال أن الإتجاهات ذاتية؛ بمعنى ليست مبنية دوما على الموضوعية، وهي تعبر عن أصحابها لا عن الحقيقة حتما.

11- تتجم الإتجاهات عن احتكاك الفرد بالبيئة المحيطة به.

رابعاً: تشكيل الإتجاه:

باعتبار الإتجاه مفهوم مركب من ثلاثة أبعاد، وهو في الأصل مكتسب لا وراثي، فإن هاتين الخاصيتين تؤكدان بأن تشكيل أو تكوين الإتجاه لا يأتي دفعة واحدة، بل يمرّ على عدة مراحل، فهو ينمو ويتطور بتفاعل واحتكاك الفرد مع محيطه، وهذا التدرج في التكوين يرجع إلى عدة عوامل. وبالتالي، فمعالجة عملية تشكيل الإتجاه تنقسم إلى: مصادر تشكيل الإتجاه ومراحل تشكيله.

I - مصادر تشكيل الإتجاه (1):

تسهم العديد من المصادر في إضفاء المعلومات والقيم المرجعية التي تتشكل في عقول الأفراد حول المواضيع المختلفة، ويرى مالك بن نبي: " أنّ عالم أفكارنا يتكون بالتدريج منذ اللحظة التي ندخل فيها هذا العالم، وهو يعانق على التوالي دائرة أوسع بقدر ما نحسن من تفكيرنا في الأشياء ابتداء من المرحلة ما قبل الإجتماعية في انتقالنا تقديماً من محيط الأسرة إلى المحيط الإجتماعي." (2) وبإجماع الباحثين فإن الإتجاه يتدخل في تكوينه المصادر التالية:

1 - الأسرة: تلعب الأسرة دور الركيزة الأساسية في تشكيل اتجاهات الفرد؛ ذلك أن المورد

الأساسي لأفكار الإنسان منذ يكون طفلاً ومعتقداته وآرائه وقيمه هي الأسرة بلبنتها الأولى:

¹ - المرجع نفسه، ص - ص : 272 - 273.

- حسن حريم، السلوك التنظيمي : سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار الحامد، الأردن، 2003، ص 93 - ص 95.

- سلوى محمد عبد الباقي، موضوعات في علم النفس الإجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 147 - ص 151.

² - مالك بن نبي، فكرة كومونولث إسلامي، دار الفكر، ط9، دمشق، 2009، ص 66.

الوالدين. " فلأسرة تأثير كبير في تكوين اتجاهات الطفل لأنه يمتصها دون إدراك لهذا الإمتصاص. وهذه الإتجاهات تبقى آثارها في شخصية الفرد وفي توجيه سلوكه حتى الكبر. " (1)

أي أن الإتجاهات التي تتشكل لدى الطفل انطلاقا من الأسرة تكون أكثر ديمومة وأكثر مقاومة لمصادر التغيير.

2 - المدرسة: وهي عادة المؤسسة الثانية من مؤسسات التنشئة الإجتماعية التي يتلقاها الفرد في حياته؛ حيث أن المدرسة هي المصدر الذي يستقي منه الفرد المعلومات الموضوعية، ويتم فيه تكوين آراء ومعتقدات أقرب إلى الموضوعية والحقيقة من تلك التي تشكلها الأسرة. وبالتالي، فالمدرسة تعمل على غربة وتطوير الإتجاهات التي بدأت تتشكل لدى الفرد؛ ذلك أن المعلمين ينقلون للتلاميذ بعضا من آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم عن طريق عمليات التعليم والتلقين، ويأخذها التلاميذ عن طريق التقليد والملاحظة عموما لا بعد التمحيص والغريزة.

3 - جماعة الأقران: " إن ارتباط الإنسان بجماعة معينة من الناس يؤثر على الإتجاهات التي يكونها حيال الموضوعات التي يدركها، أي أن اتجاهات الفرد تعكس معتقدات وقسم الجماعات التي ينتمي إليها. " (2)

وقد أكدت الدراسات أهمية الصحبة على سلوك الطفل، وقال - صلى الله عليه وسلم: " المرء على دين خليله فلينظر أحكم من يخال. " (3) وقد وجد كليفورتشو ازدياد نسبة انحراف الأحداث بين أطفال المستويات الدنيا في المجتمع، فالصحبة السيئة لها أثرها على سلوك الطفل. وقد وجد

1 - إنتصار يونس، مرجع سبق ذكره، ص ص : 279 - 280.

2 - علي السلمي، تحليل النظم السلوكية، مرجع سبق ذكره، ص 170.

3 - رواه أبو داوود والترمذي.

شريف (1936) في دراسة عن أثر الصحبة على الفرد أن مدى تأثر الفرد بالصحبة ومدى تقبله من قيمها واتجاهاتها ومعاييرها لتكوين قيمه واتجاهاته ومعاييرها هو أمر يتوقف على العلاقة بين الفرد والصحبة، فكلما ازدادت درجة هذه العلاقة ازداد مدى تمثل الفرد لما اصطلحت عليه الجماعة من قيم واتجاهات وأنماط سلوكية.

4 - المجتمع ككل: حيث يلعب المجتمع بما فيه من عادات وتقاليد وقيم وأعراف دورا كبيرا في تكوين أو صق ما تكوّن لدى الفرد من اتجاهات وتعديل بعضها. والمجتمع - كما هو معروف - عبارة عن مركب يشمل أفرادا وجماعات ومؤسسات، لكل منها أثره على اتجاهات الفرد؛ فالإتجاهات إذن، تتكون نتيجة التفاعل الإجماعي، وتتحدد بالإطار الثقافي، وتتأثر بما تقدمه المؤسسات المجتمعية المختلفة من قيم وآراء ومعتقدات ومعلومات (المؤسسات الإعلامية كالتلفاز، التربوية كالمدرسة والحضانة، الدينية كالمسجد، السياسية كالأحزاب...).

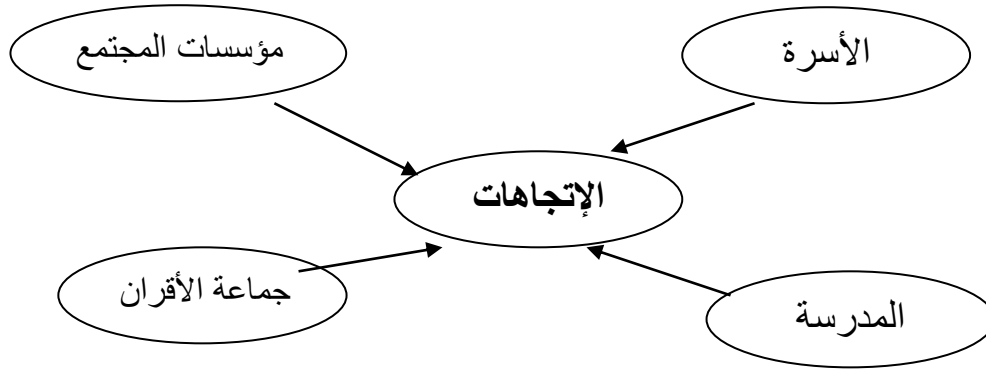
وعليه، فالإتجاهات هي: " أنماط سلوكية يمكن اكتسابها وتعديلها بالتعلم، وتخضع للمبادئ والقوانين التي تحكم أنماط السلوك الأخرى. فقد تتكون بعض الإتجاهات بالملاحظة والتقليد حيث يشكل الآباء والمعلمون وبعض الراشدين والإخوة والأقران نماذج يعمل الطفل على ملاحظة سلوكها، وقد تتكون اتجاهات أخرى نتيجة التعلم الإشتراطي بنوعيه الإستجابي والإجرائي من خلال بعض الخبرات الإنفعالية السارة وغير السارة ببعض الأوضاع، حيث يميل المرء إلى تكرار السلوك الذي زاد من سروره ويتوقف عن السلوك الذي سبب له الألم." (1)

1 - جودة بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص 272.

ومن هنا، يمكن القول أن الإتجاهات تتكون انطلاقاً من عدة مصادر يمكن إيجازها في

الشكل التالي:

الشكل رقم 01: مصادر تشكيل الإتجاه



وضمن هذه المصادر الأربعة، تدور مناقشات حول المواضيع المختلفة، مما يثري معرفة

الفرد حول هذه المواضيع. ولا ننسى أثر الدين على معتقدات الفرد ومعارفه وميولاته.

II - مراحل تشكيل الإتجاه (1):

سبق الإشارة إلى أن الإتجاه لا يمكن اكتسابه ببساطة، فهو يتشكّل متأثراً بعدة عوامل، ومازاً

بعدة مراحل. ويرى الباحثون أن الإتجاه حتى يكتمل لا بد أن يمرّ بثلاث مراحل تعتبر موازية (أو

هي الوجه الآخر) لمكوناته الثلاث: المعرفي، العاطفي والسلوكي، وهذه المراحل هي:

1 - المرحلة الإدراكية -المعرفية: فالفرد في هذه المرحلة يحاول اكتشاف واستيعاب وإدراك ما

يدور حوله من مثيرات والتعرف عليها. وبذلك يكتسب قدراً من المعلومات حولها، مما يشكل لديه

¹ - كامل محمد عويضة، علم النفس الإجتماعي، مرجع سلق نكره، ص - ص : 115 - 116.

رصيدا معرفيا يبني من خلاله إطاره المرجعي الذي يفسر انطلاقا منه مثيرات البيئة التي هي عبارة عن موضوعات مختلفة أو مواقف متباينة أو أشخاص... .

وفي هذه المرحلة يكتمل إدراك الفرد للأهداف والمنافع التي يريد تحقيقها من خلال هذه المثيرات.

2 - المرحلة التقييمية: وفيها يتفاعل الفرد مع مثيرات البيئة انطلاقا مما كوَّنه من إطار مرجعي عنها، ثم يقيّم نتائج هذا التفاعل بناء على ما تشكّل لديه من أحاسيس ومشاعر وعواطف. وبهذا تكون هذه المرحلة مزيجا بين معيارين: موضوعي، وهو الإطار المرجعي المبني على المعارف والمعلومات، وذاتي وهو العواطف والمشاعر تجاه هذه المثيرات. ويقوم الفرد في هذه المرحلة ما يمكن أن تحققه هذه المثيرات من منافع وأهداف.

3 - المرحلة التقريرية: وهي مرحلة اتخاذ القرار بالتقرب من موضوع الإتجاه (مثيرات البيئة) والتعامل معه أو الإبتعاد عنه والنفور منه. وبالتالي، يتبين نوع الإتجاه إما موجبا أو سالبا. وعليه يمكن تحديد أنواع الإتجاه في ما يلي.

خامسا: أنواع ووظائف الإتجاه:

يجمع الباحثون في مجال الإتجاهات الإجتماعية ، أنّ الإتجاه أنواع، وأنه يساهم في تأدية العديد من الوظائف - خاصة النفسية منها-

I- أنواع الإتجاه⁽¹⁾:

اختلف الباحثون في تحديدهم لأنواع الإتجاهات، فجاءت تصنيفات مختلفة منها ما يأخذ بشدة الإتجاه ومنها ما يأخذ بوضوحه ومنها ما يأخذ بموضوع الإتجاه، وفيما يلي التصنيفات المختلفة للإتجاهات:

1- على أساس الأفراد: فردي وجماعي.

أ- الإتجاه الفردي: هو ما يحمله الفرد تجاه موضوع معين، سواء كان هذا الإتجاه موجبا أو سالبا، قويا أو ضعيفا، معلنا أو سريا.

ب- الإتجاه الجماعي: وهو ما يشترك فيه عدد كبير من الأفراد تجاه موضوع معين، بغض النظر عن شدته ودرجته ووضوحه.

2- على أساس القوة: اتجاه قوي واتجاه ضعيف.

أ- الإتجاه القوي: ويمكن تمييزه بنوع السلوك، فإذا كان السلوك حادا شديدا، منفعلا، كان الإتجاه الذي يختفي وراءه قويا والعكس بالعكس. ولا يتعلق الأمر بالإتجاه الفردي فحسب، بل حتى بالإتجاه الجماعي.

ب- الإتجاه الضعيف: إذا كان سلوك الفرد أو الجماعة حيال موضوع الإتجاه ضعيفا فإنه يُخفي وراءه اتجاها مثله.

1 - خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الإجتماعي، دار الفكر، عمان، الأردن، 2000، ص 163. (بتصرف)
- كامل محمد عويضة، علم النفس الإجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 117- ص 119. (بتصرف)

وللإشارة فإن تغيير الإتجاه الضعيف أمر لا يحتاج للكثير من الجهد، حيث يسهل تغيير الإتجاهات الضعيفة على عكس الإتجاهات التي تكون قوية، إذ يتطلب الأمر الكثير من الجهد والوقت لإقناع صاحبها بتعديلها أو تغييرها.

3- على أساس الهدف: اتجاه موجب، اتجاه سالب ومحايد.

أ - الإتجاه الموجب: هو ما يدفع بالفرد للميل نحو موضوع الإتجاه، وما يعبر عنه بالرغبة في الموضوع، تأييده، حبه. ...

ب- الحياد: ولا يكون للفرد أي مشاعر تجاه الموضوع فهو لا يقبله وفي الوقت نفسه لا يرفضه.

ج- الإتجاه السالب: وهو ما يبعد الفرد عن موضوع الإتجاه، ويعبر عنه بالرفض، النفور، الكره، المعارضة.

وبين الإيجاب والسلب درجات تتفاوت بحسب شدة عاطفة الفرد تجاه الموضوع ومشاعره نحوه.

4- على أساس الوضوح: اتجاه علني واتجاه سري.

أ- الإتجاه العلني: وهو ما يصرح به الفرد أو الجماعة سواء بالرفض أو بالقبول.

ب- الإتجاه السري: وهو ما يخفيه الفرد أو تخفيه الجماعة. وقد يتم انكاره من طرفهم.

5- على أساس الموضوع: اتجاه خاص واتجاه عام.

أ- الإتجاه الخاص: هو ما يتشكل لدى الفرد أو الجماعة حيال موضوع بعينه.

ب- الإتجاه العام: هو ما يتشكل لدى الفرد أو الجماعة حيال موضوعات مختلفة

ومتعددة.

II- وظائف الإتجاه:

تؤدي الإتجاهات وظائف عديدة في حياة الفرد والجماعة. والملاحظ أن وظائف الإتجاه مرتبطة ارتباطا وثيقا بمركباته؛ فانطلاقا من كل مركب تتجم وظيفة أو أكثر. ويفترض " كاتز 1960 " ⁽¹⁾ أن للإتجاهات أربع وظائف أساسية هي: التوافق، الدفاع عن النفس (الأنا) أو ما يسمى بالوظيفة الذرائعية، التعبير عن القيم، مصدر للمعرفة. ⁽²⁾

1- التوافق أو التكيف مع البيئة: سبق الذكر في مراحل تشكيل الإتجاه أن الفرد يمر بمرحلة إدراكية - معرفية تمكنه من إدراك ما يدور حوله من مثيرات. وهذا الإدراك يجعله يسعى إلى التكيف مع ما تمّ اكتشافه واستيعابه من مثيرات، بغرض الحصول على القبول والإستحسان وتجنّب الرفض أو حتى العقاب. وهذه الوظيفة " تساعد على اتساق سلوك الفرد وثباته نسبيا

1 - المرجع نفسه، ص 95.

2 - راجع : صديق محمد عفيفي وأحمد إبراهيم عبد الهادي، السلوك التنظيمي : دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين شمس، ط10، الإسكندرية، 2003، ص - ص : 387 - 388.

- عبد الحليم محمود السيد وآخرون، علم النفس الإجتماعي المعاصر، إيتراك، مصر الجديدة، 2003، ص 49.

- علي السلمي، تحليل النظم السلوكية، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 165 - 166.

في المواقف المختلفة، بحيث يسلك اتجاهها على نحو ثابت مطرد، ويتجنب الضياع أو التشتت في متهات الخبرات الجزئية المنفصلة. " (1)

2- الدفاع عن النفس (الأنا) أو الوظيفة الذرائعية: يشكل الفرد اتجاهاته عادة لتبرير مواقفه من صراعات مختلفة أو فشل معين أو أية مواقف أخرى، وكذلك من أجل تقييم الآخرين أو تقييم وضعيته مقارنة بهم، وكل هذا رغبة في الحصول على عائد ما أو فائدة محددة. وعموما، فهذه الوظيفة تبين أن الفرد يحتفظ باتجاهاته محاولة منه للدفاع عن نفسه وتبرير أفعاله ومواقفه.

3- التعبير عن القيم: انطلاقا من أن المركب المعرفي يتشكل أساسا من المعلومات، المدركات وحتى القيم، فإن تكوين اتجاه ما وتبنيه يكون بغرض التعبير عن هذه القيم المكتسبة والمتبناة. فالإتجاهات " تتيح الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته وتحديد هويته ومكانته في المجتمع الذي يعيش فيه... الأمر الذي يضيء على حياته معنى هاما ويجنبه حالة الإنعزال واللامبالاة. " (2)

4- مصدر للمعرفة: يساعد الإتجاه نتيجة لما تم تكوينه من مدركات ومعارف حيال الموضوع على زيادة المجال المعرفي للفرد، وذلك بزيادة معرفته للأشياء المحيطة به، بل وتنظيم المعارف حولها، مما يسهم في إضفاء ألفة الفرد لبيئته المحيطة. والحقيقة أن

1 - جودة بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص 369.

2 - المرجع نفسه، ص 369.

الإتجاهات " تمد الفرد بإطار دلالة (مرجعي) يضيف معنى على الأحداث الجارية، مما يجعله

قادرا على توقعها، وبالتالي يشعر بأنه أكثر كفاءة عند التعامل معها. " (1)

وهكذا، فالإتجاهات تؤثر في حياة الفرد من الناحية الموضوعية (مصدر للمعرفة، التوافق

والتكيف مع البيئة)، ومن الناحية الذاتية (التعبير عن القيم والدفاع عن الذات). " إذ تقلل

الإتجاهات الثابتة أو المتحيزة من الثراء الكامل في بيئتنا، وتقيد ردود أفعالنا. ولسنا على وعي بكل

اتجاهاتنا، ولا نعي التأثير الضخم الذي تمارسه على سلوكنا الإجتماعي. ولكن، إذا حللنا أنفسنا

بعمق أكثر نستطيع أن نتعلم الكشف عن وظيفة الإتجاهات القوية المنتقاة. " (2)

سادسا: تعديل (تغيير) الإتجاه:

نظرا لعدم ثبات البيئة وما فيها من مثيرات محيطية بالفرد، فإن مدركات الفرد لهذه المثيرات

تختلف باختلاف هذه المثيرات، مما يساهم في تغير اتجاهات الفرد، نظرا لتغير الطرق التفكيرية

وبالتالي المركب المعرفي للإتجاه.

وقبل الحديث عن عوامل وطرق تعديل الإتجاه، لابد من التوقف عند سؤال مؤداه: أي

الإتجاهات التي تستوجب التعديل والتغيير؟ فالأمر يتعلق بضوابط قيمية وأخلاقية من الواجب أن

نلتزم بها؛ ذلك أن الإتجاهات الإيجابية، الهادفة للنفع، المفيدة لا يجب تغييرها. وهذا ما يسوق إلى

سؤال آخر: ما هو المعيار للحكم على إيجابية أو سلبية الإتجاه؟ فالمسألة نسبية، تختلف من

شخص لآخر، من بيئة لأخرى ومن معتقد لآخر. فعندنا رفض خروج المرأة سافرة اتجاه موجب،

1 - عبد الحليم محمود السيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 49.

2 - ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي : دراسة نظرية تطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر،

2004، ص 112.

وفي ديانات أو بيئات أخرى هو اتجاه سالب من شأنه أن يعيق عمليات التحضر والتقدم. وبذلك يمكن القول أن تعديل وتغيير الإتجاه مسألة نسبية ومعقدة في الوقت نفسه، وعلى مستوى عالٍ من الخطورة، ولا بد من التعامل معها بحذر.

وفي هذا المقام نورد التأكيد على خاصية الثبات النسبي للإتجاه ؛ والتي لا تعني استحالة تغييره أو تعديله. إلا أن التغيير والتعديل في الإتجاه ليس بسيطاً كما قد يتصور البعض، فالأمر يتعلق بمركبات عقلية، مزاجية - عاطفية وسلوكية ترسّخت في شخصية الفرد، مما صعب من المساس بها، خاصة إذا كانت الإتجاهات ناجمة عن التصورات الأولى التي كونها الفرد منذ كان طفلاً وكبرت معه.

وتعني عملية تغيير الإتجاه: " تكوين اتجاه جديد بشكل مقصود ومتعمد لإحلاله محل اتجاه قديم. " (1)

I - العوامل المؤثرة في تغيير الإتجاه (2):

يتعرض الإتجاه للعديد من العوامل التي قد تغيره من شدته أو اتجاهه بالسلب أو بالإيجاب. ومن بين العوامل التي تؤثر في تغيير الإتجاهات ما يلي:

1- خصائص الإتجاه: وذلك من حيث القوة والضعف، المنفعة التي يؤديها الإتجاه في حياة الفرد أو الجماعة، من حيث أهميته وتلاؤمه مع بقية الإتجاهات التي يحملها الفرد عن المواضيع المختلفة ومن حيث بساطته.

1 - عبد الحليم محمود السيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 71.

2 - راجع : - محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، مرجع سبق ذكره، ص 145 - ص 147. (بتصرف).

- جودة بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص 276 - ص 278 (بتصرف).

أ - من حيث شدته: الإتجاه القوي أصعب في التغيير من الإتجاه الضعيف.

ب - من حيث تطرفه: الإتجاه المتطرف أصعب في التغيير من الإتجاه المعتدل.

ج- من حيث تعقيده: الإتجاه المركب أو متعدد المكونات أصعب في التعديل من الإتجاه

البسيط.

د- من حيث أهميته: الإتجاه الذي يحقق منفعة لصاحبه أصعب في التغيير من الإتجاه الذي

لا يحقق أية منفعة أو لا يحقق إلا منافع قليلة.

هـ - من حيث تلاؤمه مع بقية الإتجاهات: فالإتجاه الذي يتلاءم مع بقية الإتجاهات التي

يحملها الفرد أصعب في التغيير من الإتجاه المنعزل.

2- خصائص صاحب الإتجاه: تلعب الخصائص التي يحملها صاحب الإتجاه دورا كبيرا

كعوامل من شأنها التأثير في تعديل وتغيير الإتجاه، ومن هذه الخصائص:

أ- نكاه صاحب الإتجاه: الفرد الذكي يحمل قدرة عقلية تجعل من الصعب تغيير اتجاهاته

مقارنة بالفرد الأقل نكاه.

ب- القابلية للإقناع: حيث يميل الأفراد المتسمون بالقابلية للإقناع إلى تغيير اتجاهاتهم رغبة

منهم في الخضوع للمعايير الإجتماعية والحصول على التقبل الإجتماعي.

ج- قوة خاصية الدفاع عن الذات: فالدوافع القوية التي يحملها الفرد تقف حاجزا يصعب من

تغيير اتجاهاته.

د- الجمود الفكري: فالأفراد الذين يتميزون بأسلوب فكري ومعرفي واضح ومتجدد يستجيبون استجابة إيجابية للمعارف الجديدة، ويكونون أكثر انفتاحا على الخبرات الجديدة، مما يجعلهم أكثر تقبلا لتعديل اتجاهاتهم من أولئك الذين يتميزون بالجمود الفكري.

3- الجماعة التي ينتمي لها الفرد: حيث تمارس هذه الجماعة نوعا من القهر الإجتماعي الناجم عن التقاف أعضائها حول اتجاه أو اتجاهات تكاد تكون موحدة، ويمكن تفسير تأثيرها في:

أ- الإتجاهات التي تعبر عن معايير وقيم الجماعة تكون أكثر مقاومة للتغيير.

ب- اتجاهات قادة الجماعة لا تتغير بسهولة.

ج- مقدار الإنتماء والولاء الذي يحمله الفرد للجماعة يجعله يحافظ دوما على اتجاهاته التي تتفق واتجاهات الجماعة.

د - التفاعل بين أعضاء الجماعة قد يساعد على تغيير أو تعديل اتجاهات الفرد تجاه أفرادها.

وعموما، فإن تغيير أو تعديل اتجاهات الفرد يكون بظهور تغييرات أو تعديلات على موضوع الإتجاه مما يصاحبه بروز حاجات فردية مختلفة عن تلك التي كانت في السابق.

II - أنواع تغيير الإتجاه (1) :

تختلف درجة ووجهة تغيير الإتجاه من وقت لآخر تبعا لطبيعة ودرجة تعقد الموقف الذي يمر

به، ونتيجة لذلك فإن هناك أنواع لتغيير الإتجاه هي:

¹ - محمد علي شهيبي، السلوك الإنساني في التنظيم، دار الفكر العربي، طر، القاهرة، 1976، ص 282.

1 - تغيير الإتجاه في نفس مسار الإتجاه الحالي: وهنا لا يكون التغيير جذريا، بل أن الظروف المحيطة تحتم على الفرد التعديل في اتجاهه بما يتلاءم وطبيعة الموقف الحالي كأن ينتقل من التأييد إلى التأييد المطلق، أو من المعارضة إلى المعارضة المطلقة.

2- تغيير الإتجاه بعكس مسار الإتجاه الحالي: وهنا يمكن الحديث عن التغييرات الجذرية، إذ يتبنى الفرد اتجاها معاكسا تماما للإتجاه الأول، كأن ينتقل من التأييد إلى المعارضة أو من المعارضة إلى التأييد.

ولقد صاغ الباحثون طرقا لتعديل اتجاهات الأفراد والجماعات هي كما يلي:

III - طرق تعديل الإتجاه وتغييره (1) :

إن تغيير الإتجاهات وتعديلها يعتبر هدفا من الأهداف الرئيسية التي يجب أن تسعى لها الإدارة العليا وتضعها ضمن اهتماماتها، ذلك لما للإتجاهات العمالية من تأثير على سير العمل بالمؤسسة؛ فهي تحدد طريقة التعاطي مع الموضوعات ومع مستجدات العمل ومع التغييرات التنظيمية عموما.

وإذا أرادت الإدارة العليا أن تغير من طرق العمل وأن تستحدث طريقة جديدة - قد تكون غير مألوفة لدى العمال - فلا بد عليها من إجراء دراسة اتجاهات هؤلاء العمال نحو ذلك التغيير التنظيمي لمعرفة احتمال مقاومة هذا التغيير، وبالتالي إعداد ما من شأنه أن يقلل من مقاومته.

¹ - علي السلمي ، تحليل النظم السلوكية، مرجع سبق ذكره، ص 170 - ص 173.

- محمد علي شهاب شهاب، المرجع نفسه، ص 280 - ص 284.

- وليم و. لامبرت وولاس إ. لامبرت، علم النفس الإجتماعي، ترجمة سلوى الملا، دار الشروق، ط 2، القاهرة، 1993، ص 137 - ص 140.

ويعتمد تغيير الإتجاهات على طرق تتبع من العوامل المؤثرة في تغييرها، وقد أجمع

الباحثون في هذا المجال على الطرق التالية :

1- تعديل المعلومات المتعلقة بموضوع الإتجاه: فباختبار المركب المعرفي هو الركيزة

الأولى لتكوين الإتجاهات، فالفرد قد يحمل معلومات خاطئة أو غير كافية عن موضوع الإتجاه

ويكوّن اتجاهها معينا عنه (بالسلب أو بالإيجاب). وحتى يمكن تغيير اتجاهه نحو ذلك الموضوع

لابد من تغيير الإطار المعرفي الذي بناه حوله، كأن نعرفه بمنافعه أكثر من أجل تحويل اتجاهه

من سالب إلى موجب، أو نبين له مضاره لتغيير اتجاهه من موجب إلى سالب. ويتم تعديل

المعلومات المتعلقة بموضوع الإتجاه بإحدى هذه الطرق:

2- الإتصال المباشر بالموضوع: فالإتصال المباشر بالموضوع يبرز حقائق ومعلومات قد

تكون مخفية عن الموضوع، وكما يقال: من رأى ليس كمن سمع. وبالتالي فإن الفرد قد لا يعلم

عن الموضوع معلومات جوهرية نتيجة عدم اتصاله به مما يجعل معرفته به قاصرة وبالتالي يكون

المركب المعرفي عنده غير مكتمل، فيساهم ذلك في تكوين اتجاه خاطئ عنه. وحتى يتم تعديل

هذا الإتجاه لابد من زيادة الرصيد المعرفي للفرد عن الموضوع بالإتصال المباشر معه.

3- وسائل الإعلام: إن دور وسائل الإعلام في إضفاء معلومات ومعارف جديدة للفرد عن

المواضيع المختلفة كبير جدا، وذلك من خلال ما تبثه هذه الوسائل سمعية كانت أو بصرية أو

مقروءة من أخبار وأنباء وأشرطة وثائقية وحصص تثقيفية من شأنها تنمية الجانب المعرفي للفرد

عن موضوع الإتجاه.

4- المناقشات الجماعية: وفيها يتم عرض آراء ومفاهيم ومعارف مختلفة توضح الرؤية أمام صاحب الإتجاه. فالكثير من الأفراد قد يغير رأيه عن موضوع ما حينما يعلم آراء الآخرين حوله. ويحمل العديد منا مفاهيم خاطئة حول قضايا ومواضيع مختلفة من شأنها أن تشوّه اتجاهاتنا حول هذه المواضيع. وحتى يتم تعديل الإتجاه لابد من عرض هذه المواضيع على محك المناقشات الجماعية المختلفة لتعديل بعض المفاهيم التي قد تُختَرَنُ وهي خاطئة وتُبنى عليها أطر مرجعية توجه السلوك إلى الوجهة الخاطئة.

5- تغيير الجماعة المرجعية: جاء في عنصر سابق أن لجماعة الإلتناء أثرها البالغ في تكوين اتجاهات الفرد. لذلك، فلتغيير الفرد لجماعته المرجعية أثر كبير على الإتجاهات المشكّلة عنده انطلاقا من هذه الجماعة، ذلك أنه سيعمل على تكوين اتجاهات جديدة تتوافق مع الإتجاهات التي تحملها الجماعة الجديدة حتى يستطيع التوافق معها والإندماج فيها.

6- التحفيز والإستمالة: وذلك بإبراز المنافع التي يحققها الموضوع المراد تعديل أو تغيير الإتجاه نحوه. ولنضرب مثلا في هذا المقام، فإذا أرادت مؤسسة أن تعدّل اتجاهات عمالها نحو التغيير التنظيمي الذي ظهرت مقاومة ضده وأبدى العمال رفضا له، فإن إدارة المؤسسة تستميل العمال عن طريق عمليات الإتصال لشرح مضمون التغيير التنظيمي لهم وإيجاد مناخ تنظيمي محفز للعمل في ظل ذلك التغيير، وذلك بوضع نظام من الحوافز المادية والمعنوية لمن يحقق إنتاجا أكبر وأداء أفضل بعد التغيير، فالأكيد أن هناك مجموعة من العمال الذين يسيرون وفق النهج الذي رسمته الإدارة، وقد يحصلون على ترقية نتيجة أدائهم المرغوب فيكونون قدوة لبقية

زملائهم الذين يحذون حذوهم. وبالتالي يكون للتحفيز والإستمالة دور كبير في تعديل اتجاهات العمال نحو التغيير التنظيمي من الرفض والمقاومة إلى القبول والإندماج.

7- محاولة تغيير شخصية الفرد: وهي من المهام الصعبة، تتم من خلال عمليات التعليم والتدريب، مما يساهم في التقليل من تشدد الفرد وتعصّبه ومزاجيته. فعملية إعادة التعليم " إنما هي تحقيق عمل يساوي جوهره تغيير الثقافة. " (1)

8- تغيير الأوضاع التي يمر بها الفرد: فالمركز الذي يشغله الفرد يساهم في تشكيل اتجاهات معينة بما يتلاءم وطبيعة ذلك المركز. وقد سبق الذكر أن اتجاهات القادة أكثر رسوخا من اتجاهات التابعين، لما لمراكزهم من حساسية قد تجعلهم يتشبثون بأرائهم معتمدين عليها في بناء اتجاهاتهم.

وسواء تمّ تعديل الإتجاه بنجاح أو فشل القائم على ذلك في تعديله، وسواء كانت الإتجاهات إيجابية أو سلبية، قوية أو ضعيفة، فردية أو جماعية، فإنه ورغم هذه الحالات المختلفة للإتجاهات ولأصحابها، يمكن قياس الإتجاهات وفق لمقاييس تمّ الإتفاق عليها بعد تجربتها واعتمادها علميا.

سابعا: مقاييس الإتجاه:

رغم أن الإتجاه غير ملموس طالما أنه مرتبط بثلاث مكونات، إثنان منها غير مرئية (المعرفة والعاطفة)، إلا أنه يمكن قياسه بطريقة غير مباشرة، وذلك من خلال ملاحظة سلوكيات

¹ - أ. براون، علم النفس الإجتماعي في الصناعة، ترجمة السيد محمد خيري، دار المعارف، ط 2، مصر، 1956، ص 202.

الأفراد وتسجيل ألفاظهم واستنتاج معتقداتهم وآرائهم حول الموضوعات المختلفة، وهذا تبعا لمبدأ " أن كل ما يوجد إنما يوجد بمقدار وأن من الممكن قياسه. " (1)

وعلى الرغم من أن هناك مقاييس محددة لقياس الإتجاهات - سيأتي عرضها لاحقا- إلا أن عملية بناء المقياس لا بد أن تراعي جملة من الشروط، نحاول عرضها، ثم المرور لعرض أهم وأشهر مقاييس الإتجاه.

I- الجوانب الواجب مراعاتها في قياس الإتجاهات(2):

1- تحديد مفهوم الإتجاه تحديدا إجرائيا دقيقا: بمعنى، ما الذي يريد الباحث دراسته بالضبط في بحثه، من خلال أبعاد وعناصر الموضوع المراد قياس الإتجاه نحوه.

2- الإطلاع على الدراسات السابقة: تمكن الدراسات السابقة التي أجراها باحثون في الموضوع المراد القياس الإتجاهات نحوه من إعطاء الباحث صورة حول كيفية تناول الموضوع والمقاييس التي تم استخدامها، وكيفية تطبيقها.

3- إجراء دراسة استطلاعية: يقوم الباحث بتقسيم موضوعه إلى مجموعة من الأبعاد، ويصوغ مجموعة من الأسئلة حول كل بعد، بشرط أن تكون هذه الأسئلة مفتوحة، حتى يتمكن من معرفة الآراء التلقائية للمبحوثين، ثم يختار عينة استطلاعية، يرى أنها ممثلة لعينة بحثه الأساسية، ويقوم بتوجيه هذه الأسئلة لها. وتقيد هذه العملية في معرفة مدى مقارنة الأسئلة لموضوع الدراسة وخدمتها لهدف البحث ومعرفة مواطن الغموض التي تحيط بالموضوع من جهة، ومن جهة أخرى

1 - لويس كامل مليكة وآخرون، الشخصية وقياسها، دار غريب، القاهرة، 1959، ص 232.

2 - عبد الله محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، مرجع سبق ذكره، ص 66-88 (بتصرف)

في التعرف على تجاوب المبحوثين مع الموضوع المراد قياس الإتجاه نحوه. وما يجب على الباحث أن ينتبه له هو أن تزايد استجابات المبحوثين بالمحايد أو لا أعلم أو لا أدري هي دليل على أن البند غير واضح أو غير مفهوم وهو بالتالي بحاجة إلى إعادة صياغة.

4- إعداد بنود المقياس: اعتمادا على ما يلاحظه الباحث في الدراسة الإستطلاعية، يمكنه صياغة البنود النهائية للمقياس، التي يتم عرضها في الغالب على شكل عبارات تقريرية، بمعنى لا تكون ذات صيغة استفهامية. وتستوجب هذه المرحلة من الباحث مراعاة النقاط التالية:

أ- تعليمات المقياس: والتي تصاغ في فقرة تكون في أول المقياس، يبين فيها الباحث هدف الدراسة وطريقة الإجابة على بنودها. ويفترض في هذه التعليمات أن تكون واضحة ودقيقة وتجذب اهتمام المبحوثين للإستجابة مع المقياس بدقة وموضوعية.

ب- تحديد البنود الخاصة بأبعاد الموضوع المراد قياس الإتجاه نحوه: يقسم الباحث موضوع دراسته إلى أبعاد، ويضع لكل بعد مجموعة بنود تقيسه. لكنه في المقياس النهائي لا يعرض البنود بطريقة مرتبة، بل يخلطها معا، حتى لا يتضح للمبحوث تسلسل البنود وتعلقها بالبعد الواحد. والهدف من هذا هو المحافظة على موضوعية المبحوث في الإجابة، ومعرفة الصدق في الإجابات المعطاة. وإذا أراد الباحث تدقيقا أكثر لمقياسه، يمكنه صياغة بنود تأكيدية، تزيد من درجة الثقة، التي تكون عالية كلما اتفقت الإجابات على الأسئلة التأكيدية.

ومن الناحية الإحصائية، فإن درجة الثقة هي النسبة بين عدد الأسئلة المتعادلة التي أجيب

إجابة مشتركة موحدة وعدد الأسئلة المتعادلة كلها: $\frac{دش ن}{ن م}$

فإذا كان عدد البنود التأكيدية عشرة بنود مثلا، وكانت استجابات المبحوث متطابقة في ثمانية بنود، فإن درجة الثقة هي: $0.8 = \frac{08}{10}$ وهي درجة ثقة عالية. ويمكن للباحث أن يحدد لنفسه نسبة اعتبارية يقبل على أساسها الإستمارة أو يرفضها، كأن يقرر أنه إذا نقصت درجة الثقة على 0.70 فإن الإستمارة تعد ملغاة.

ج- اللغة التي تصاغ بها الأسئلة: من المعروف أن البنود التي يتضمنها المقياس لابد أن تصاغ بطريقة واضحة وسهلة وبسيطة، بما يمكّن للمبحوثين فهمها؛ بمعنى أن الباحث أثناء اختياره للغة البنود، لابد أن يكون على علم بالمستوى العلمي والثقافي للمبحوثين، واللغة التي يحسنونها.

وقد عرض عبد الرحمن عيسوي مجموعة خصائص لابد أن تتوفر في عبارات أو بنود المقياس نلخصها في (1):

- ✓ أن تصاغ هذه العبارات بصيغة الحاضر، حتى لا يختلط الأمر على المبحوث فيجيب على أمور ماضية وهو في الاصل قد غير اتجاهه عنها.
- ✓ لابد أن تحتوي العبارة على فكرة واحدة.
- ✓ لا يجب أن تصاغ البنود بطريقة تعطيها أكثر من معنى.
- ✓ تصاغ القضايا بحيث يمكن قبولها أو رفضها.
- ✓ لا تستخدم العبارات التي تعبر عن حقائق، لأن الجميع سيقبلها.

1 - عبد الرحمن عيسوي، الإحصاء السيكولوجي التطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 209 - ص 211. (بتصرف)

د- طريقة تطبيق المقياس: يمكن للباحث أن يطبق المقياس عن طريق المقابلة، أو عن طريق الإستبيان. ففي الحالة الأولى، يمكن للباحث أن يلتقى المبحوثين وجها لوجه، وبالتالي يمكنه شرح المراد من كل بند للمبحوثين، وهو ما يجعله يصوغ بنود مقياسه بأريحية أكبر. أما في حالة الإستبيان، فالباحث يرسل المقياس للمبحوث عن طريق البريد أو البريد الإلكتروني، أو بأي وسيلة أخرى، المهم أنه لا يكون هناك لقاء مباشر بين المبحوث والباحث، وهذا ما يلزم الباحث بالعناية بدقة معاني بنود المقياس لحسن استجابة المبحوثين معها.

ه- تجنب الإيحاء بالإجابة: إذا أراد الباحث أن يسأل المبحوث عن رأيه في النظام التربوي السائد في بلده، فلا يجوز أن يكون المقياس كالتالي: أوافق على التغييرات السلبية التي تعرضت لها المنظومة التربوية. ففي هذه العبارة إيحاء بالرفض في عبارة السلبية.

و- درجات استجابة المبحوثين: لا بد أن تتدرج الإستجابة من شدة الرفض على شدة القبول أو العكس يتوسطها الحياد، سواء كان ذلك بثلاث درجات، أو خمس أو سبع، على أن يراعي الباحث تساوي مسافة التباعد بين الدرجات.

ز- تصحيح بنود المقياس وتبويب البيانات: يضع الباحث لنفسه درجات معيارية تمكنه من قياس شدة الإتجاه واتجاهه، ففي مقياس ليكرت مثلا تصحح بنود المقياس حسب اتجاه البند، فالبند الإيجابي تكون درجاته: موافق بشدة 05، موافق 04، محايد 03، معارض 02، معارض بشدة 01. أما البند السلبي فتكون درجاته: موافق بشدة 01، موافق 02، محايد 03، معارض 04، معارض بشدة 05. وتلي عملية تصحيح الدرجات رصدها في صحائف البيانات لإجراء التحليلات الإحصائية.

ح- خطة التحليلات الإحصائية: وتتبنى هذه الخطة اعتمادا على أهداف البحث وفرضياته، ولا بد على الباحث اختيار انسب الأساليب الإحصائية ملائمة لموضوعه.

5- أبعاد قياس الإتجاه: تتميز الإتجاهات بتعدد أبعادها وكثرة خصائصها، وهذا من أهم الجوانب الواجب مراعاتها في قياس الإتجاهات. ومن أهم أبعاد الإتجاهات:

أ- وجهة الإتجاه: التي تظهر من خلال الجانب المشاعري أو العاطفي، بين مشاعر سلبية وأخرى إيجابية، ويتم تقدير ذلك من خلال إعداد مقياس الإتجاه اعتمادا على بعد الكره والحب.

ب- شدة الإتجاه أو قوته: وتوضح هذه القوة من خلال عدة مؤشرات أهمها: تعدد استجابات المبحوث بالموافق بشدة أو معارض بشدة، وتعدد المبحوثين المؤيدين بشدة أو المعارضين بشدة.

ج- مركزية الإتجاه: فالإتجاهات القوية هي اتجاهات مركزية، تمد الفرد بدوافع قوية للسلوك. كما يمكن الإشارة إلى أبعاد أخرى، مثل: بروز الإتجاه أو ظهوره، اتساق الإتجاه، التعقيد المعرفي، العلاقة بين اتجاه الفرد وسلوكه، الوعي، المرونة، وشكل ومحتوى الإتجاه.

6- الجاذبية الإجتماعية في المقياس: تتعرض مقياس الإتجاهات لآثار الجاذبية الإجتماعية؛ حيث يميل المبحوث إلى إعطاء استجابات مرغوبة أو مفضلة اجتماعيا عن نفسه. وقد تم تقدير مسألة الجاذبية الإجتماعية للمقياس عموما من خلال ما يعرف بتحليل الوحدات.

7- تحليل الوحدات أو البنود: ويقصد به تطبيق بنود المقياس على مجموعة من المبحوثين، ثم حساب نسبة المؤيدين ونسبة المعارضين لكل بند، ثم استبعاد البنود التي كانت نسبة الموافقة فيها عالية وكذا الحال بالنسبة لنسبة المعارضة، كأن يوافق 90 % من المبحوثين على بند معين أو يعارضونه. فالنسبة المرتفعة جدا أو المنخفضة جدا تدل على أنه لا وجود لاختلاف بين عينة البحث حول ما يتضمنه البند من محتوى.

8- صدق وثبات المقياس: يعني صدق المقياس أنه: يقيس ما وضع لقياسه... والإختبار الصادق يصلح لقياس الجانب المقصود فقط، لذلك يمكن القول أن الصدق يتميز بكونه نسبياً؛ بمعنى أنه يتحدد بخصائص وطبيعة المجتمع الذي اشتقت منه معاملات الصدق في زمن محدد. كما أن الصدق نوعي، فهو يقيس جانباً من جوانب الموضوع ولا يقيس آخر، فالصدق إذن قد يتحقق في جانب دون آخر.⁽¹⁾ وقد تم التطرق لمفهومي الصدق والثبات بالشرح في الفصل الأول.

كما يمكن الإشارة إلى جملة من الحقائق الهامة التي لا بد من الإلتباه لها ومراعاتها عند القيام بقياس للإتجاهات. وهذه الحقائق عرضها سعد عبد الرحمن كما يلي⁽²⁾:

1- يتطلب إعداد مقياس الإتجاهات الإعتماد على خصائص الجماعة ونوعية المواقف التي ترتبط بالإتجاه ومعرفة ما نريد قياس الإتجاه نحوه بدقة. ويتم هذا عن طريق مقابلات أولية.

2- إعداد بنك الأسئلة أو البنود، وهو ما يتطلب جمع كل العبارات التي تتصل بموضوع الإتجاه في صيغ مختلفة، ثم إعدادها في صورة تمكن من استخدامه؛ بمعنى أن يتوفر في كل عبارة أو بند المفهوم المحدد الذي يثير اهتمام المبحوث ويدعوه للإستجابة لمضمونه، أو ما يهدف إليه... وينصح بإعداد بنك البنود من واقع استجابات الأفراد في المقابلة الأولية.

3- تعتبر استجابة المبحوث دليلاً على نجاح أو فشل المقياس، وهو ما يبدو في المؤشرات

التالية:

- الإستفسار حول البند.

1 - محمد عبد السلام أحمد، مرجع سبق ذكره، 1960، ص 179- ص 181. (بتصرف)

2 - سعد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 373 - ص 383 (بتصرف)

- ميل المبحوث إلى إعادة صياغة أو تعديل العبارة.
 - إقتراح المبحوث إضافة أو حذف بعض العبارات.
 - كثرة إستجابة المحايد.
 - عدم تحمس المبحوث للإستمرار في الإستجابة لبنود المقياس.
- 4- لا بد أن تكون وحدات المقياس حقيقية لا افتراضية؛ فالمطلوب هو معرفة ما هو كائن فعلا، لا ما يمكن أو يحتمل أن يكون، لذلك، لا بد أن يصاغ البند بطريقة تبدي ارتباطه بواقع المبحوثين.
- 5- يؤثر نسق الإستجابة على استجابات المبحوثين بالنسبة للمقياس. وهذا النسق هو ميل معظم المبحوثين إلى الإستجابة بطريقة غالبا ما لا تكون لها علاقة بمحتوى بنود المقياس؛ حيث يختار المبحوث الإستجابة التي تدل على اتجاه مقبول اجتماعيا.
- 6- لا بد من الإهتمام بتجانس المقياس وجعله يقيس بعدا واحدا فقط (أحادية البعد للمقياس).
- 7- لا بد من توفر خاصية الخطية وتساوي الوحدات أو الفئات؛ إذ لا بد أن يتماشى المقياس مع الأنموذج الخطي لتوزيع الوحدات، كما يجب أن تكون هذه الوحدات متساوية.
- 8- لا بد من التأكد من ثبات المقياس.
- 9- لا بد من التأكد من صدق المقياس.
- 10- لا بد أن ينتبه الباحث إلى تراكم واستمرارية درجات مقياس الإتجاه، وهو ما يعني أن استجابة المبحوث على بند معين لا يمكن أن تكون (موافق) إلا إذا كانت استجابته على البند الذي قبله (موافق) كذلك، وهو ما يعني الإتساق الداخلي في بنود المقياس.

II- أهمية قياس الاتجاهات

- 1- عن طريق قياس الاتجاهات يمكن التنبؤ بالسلوك.
- 2- يمكن التعرف على مدى صحة أو خطأ الدراسات النظرية القائمة، كما أنها تزود الباحث بميادين تجريبية مختلفة وبذلك تزداد معرفته بالعوامل التي تؤثر في نشأة الاتجاه وتكوينه واستقراره وثبوته وتحوله وتطوره وتغيره البطيء أو المتدرج أو السريع.
- 3- قياس الاتجاهات له فوائد علمية في ميادين عديدة منها ميادين التربية والتعليم والصناعة والإنتاج ... وذلك إذا أردنا تعديل أو تغيير اتجاهات الجماعة نحو موضوع معين.
- 4- إلقاء الضوء على صحة أو خطأ الدراسات النظرية العامة كما أنه مفيد إذا أردنا تغيير أو تعديل اتجاهات جماعة نحو موضوع معين ويهدف قياس الاتجاهات إلى معرفة الموافقة والمعارضة بخصوص الاتجاه ومعرفة شدة الاتجاه ومعرفة ثباته.

III- طرق قياس الإتجاه:

ذكرنا في ما سبق أن الإتجاه يمكن وصفه وصفا كميا، وذلك بتطبيق القياس النفسي عليه. والحقيقة أن هناك مجموعة من الأساليب التي تمكننا من قياس الإتجاه هي⁽¹⁾:

الطريقة الأولى: مقاييس التقدير الذاتي: وتعتبر من أشهر الأساليب وأكثرها استخداما في القياس. وقد اقترح تايلر وباركر 1964 استخدام السؤال التقريري للإتجاه، وهو عبارة عن سؤال واحد يطلب من الفرد التعبير عن مشاعره ومعتقداته نحو موضوع ما. كأن نقول له: ما هي

¹ - يرجى الإطلاع على كتاب: عبد الله محمد خليفة و عبد المنعم شحاته حمود، سيكولوجية الإتجاهات.

مشاعرك نحو اليهود؟ أو كيف تتعامل مع المرضى النفسيين؟ ما هي قراءتك لتدهور أسعار البترول؟ ثم يقوم الباحث بتحليل مضمون إجابة المبحوث.

لكن هذه الطريقة تعتبر قاصرة، ولا تمكننا من الوقوف على الأبعاد الثلاث أو المركبات الثلاث للإتجاه. مما جعل الباحثين يطورون هذه الطريقة إلى عدة مقاييس أهمها:

مقياس المسافة (البعد) الإجتماعي لبوجردوس.

مقياس المسافات المتساوية لثرستون.

مقياس التقديرات التجميعية لرنسيس ليكرت.

مقياس التدرج التجميعي لجوتمان.

الطريقة الثانية: مقاييس ملاحظة السلوك الفعلي: والتي تقوم على أسلوبين: أولهما ملاحظة

ملامح وتعبيرات الوجه، وثانيهما التعبير بنظرة العين.

الطريقة الثالثة: مقاييس تعتمد على الإستجابة الفيزيولوجية لموضوع الإتجاه: معدل

ضربات القلب، ضغط الدم، استجابة الجلد (الزنوج والبيض)

الطريقة الرابعة: الأساليب الإسقاطية: وتتم عن طريق:

- طريقة الصور الغامضة: ومثالها أن يشاهد المبحوث فيلما حربيا، ثم تعرض عليه صورة

غامضة للتعبير عنها، رغبة للوصول إلى العلاقة بين القومية والعدوان مثلا.

- طريقة التداعي الحر: يُذكر للمبحوث ألفاظ حول الموضوع المراد قياس الإتجاه نحوه، ونطلب منه أن يذكر أول كلمة تخطر بباله عند سماع الموضوع.
ونظرا لكون أهم وأشهر مقاييس الإتجاه، هي مقاييس التقدير الذاتي، فسيتم عرض بعض هذه المقاييس بالشرح والتفصيل.

I- مقياس البعد الإجتماعي لبوجاردوس 1922⁽¹⁾ :

استهدف هذا المقياس التعرف على مدى تقبل الشعب الأمريكي لأفراد من شعوب أخرى. وبني المقياس متدرجا على سبع درجات يتم من خلالها معرفة مدى تقبل المبحوث لأفراد شعوب أخرى متدرجا بحسب شدة التقبل، والواضح في هذا المقياس أن يقيس اتجاه التعصب العنصري كما يلي:

الزواج - الصداقة - الجيرة - زمالة العمل - المواطنة - الزيارة - الإستبعاد.

وقد وضع بوجاردوس المقياس في العبارات التالية:

1- أوافق على تكوين علاقة متينة بهم عن طريق الزواج.

2- أوافق عليهم كأصدقاء في النادي.

¹ - راجع : عباس محمود عوض ورشاد صالح دمنهوري، علم النفس الإجتماعي : نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994، ص 41.

- محمد شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 124.

- عبد الحليم محمود السيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 57.

- William D. Grano et Radmila Prislina, **Attitudes and attitude change**, Psychology press, .USA, 2008 , p 85 - p87

- ويليم و. لامبرت وولاس إ. لامبرت، مرجع سبق ذكره، ص 115 - ص 117.

- 3- أوافق عليهم كجيران في الشارع.
- 4- أوافق أن يشغلوا عملا مثل عملي.
- 5- أوافق عليهم كمواطنين في بلدي.
- 6- أوافق أن يكونوا مجرد زوّار لوطني.
- 7- أستبعدهم من وطني.

وفي الجدول الموالي تبيان لطريقة تقدير المسافة الإجتماعية نحو عدد من الشعوب كما قدرها بوجاردوس:

الجدول رقم 02: تقدير المسافة الإجتماعية عند بوجاردوس

7	6	5	4	3	2	1	
							1 الإنجليز
							2 الزوج
							3 الفرنسيون
							4 لاصينيون
							5 الألمان
							6 الأتراك
							7 الروس
							8 الهنود
							9 الإيطاليون
							10 الإيرلنديون

المصدر: عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، مرجع سبق ذكره، ص 87.

ويفيد هذا المقياس في معرفة شعور الأفراد نحو شعب أو شعوب مختلفة، مما يمكن من

الإستدلال على مدى تقبلهم أو رفضهم لهم.

ورغم الفائدة التي جاء بها، إلا أن هذا المقياس له نقائص؛ فالبعد بين درجاته ليس متساويا أو متقاربا، فالدرجة الأولى (الزواج) أكبر بكثير من الدرجة الثانية (الصدقة)، بينما هذه الدرجة نفسها (الصدقة) والدرجة الثالثة (الجيرة) بينهما قرب ملحوظ. ثم أن ترتيب الصداقة كدرجة أعلى من الجيرة فيه ما يقال بالنسبة لإطارنا المرجعي، إذ أن الجيرة أقرب وأكبر درجة من الصداقة، ولا ننسى أن جبريل - عليه السلام - وصى النبي - صلى الله عليه وسلم بالجار حتى ظن أنه سيورثه. وبما أن الزواج هو أعلى الدرجات، فإن من يوافق عليه يوفق حتما على الدرجات التي تليه، فمن غير المعقول أن يقبل فرد فردا آخر في علاقة زواج ويرفضه في ما دونه من العلاقات الإجتماعية كالزمانة أو المواطنة أو يستبعده.

وعلى الرغم من هذا فقد استخدم مقياس بوجاردوس في أكثر من دراسة، وثبتت قدرته وفاعليته، وعاد بوجاردوس وقام بتعديلات على هذا المقياس بهدف تبسيط التعليمات وضبط عملية حساب الدرجات. وقد استخدم كيرسن المقياس بعد التعديل في مجموعة من الدراسات المتتالية.⁽¹⁾

II- مقياس الوحدات المتساوية لثرستون 1928 (2) :

حاول ثرستون تدارك سلبيات المقياس السابق بتقريب المسافة بين الدرجات؛ أي جعل المسافة بين الزواج والصدقة مقارنة للمسافة بين المواطنة والزيارة. لذلك فقد اهتم بصورة واضحة بتساوي المسافات بين وحدات المقياس، وكان اهتمامه مبنيا على التجارب التي أجريت في علم النفس

1 - سعد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 385. (بتصرف)

2 - انتصار يونس، مرجع سبق ذكره، ص 284.

- محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 130 - 131.

- محمود السيد أبو النيل، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 304 - 305.

Anthony R. Pratkanis and others, **Attitudes structure and fonction**, EA, USA, 1989 , p 11

- p 20 .

الفيزيائي من أجل إيجاد وحدات متساوية لقياس خصائص الأفراد وخاصة الفيزيائية مثل الوزن والطول....

ويمرّ مقياس ثرستون الذي طوّره مع زميله شيف بالمراحل التالية:

8- جمع عدد كبير (يفوق البضع مئات) من العبارات التي تقيس الإتجاه، ويفضل أن

يتراوح عدد العبارات من 100 إلى 150 عبارة. وكتابة كل منها على ورقة منفصلة.

9- عرض هذه العبارات على أكثر من مائة خبير في المجال ليضع كل منهم هذه

العبارات في خانة من بين 11 خانة تتدرج من الإيجابية إلى السلبية (من أقصى

القبول إلى أقصى الرفض مرورا بالحياد).

10- توضيح التعليمات للحكام بأن هذه العبارات تقيس اتجاها محددًا.

11- يطلب من الحكام قراءة كل عبارة بدقة ثم تصنيفها في إحدى الخانات الإحدى

عشر.

12- يقوم الخبراء (المحكمون) باستبعاد ما يرونه غامضًا أو بعيدًا عن الموضوع من

العبارات.

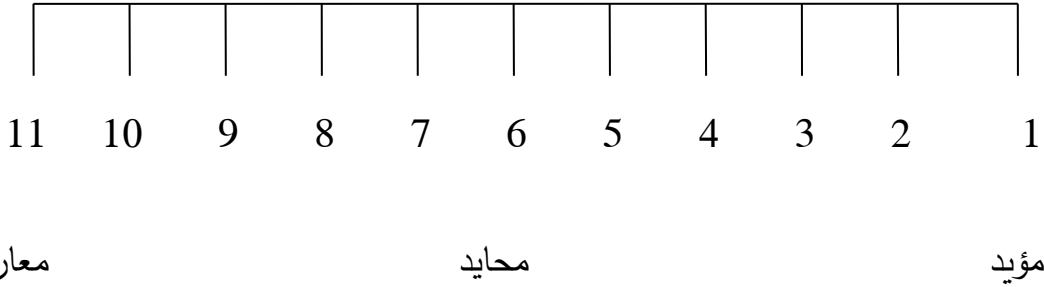
13- تحسب القيمة الوسيطة لتقديرات المحكمين لكل عبارة، مما لم يتم استبعاده (تحديد

وزن العبارة).

14- تقديم العبارات للمبحوث ليضع علامة على العبارة التي يوافق عليها.

وهذا شكل يوضح تدرّج المقياس:

الشكل رقم 02: مقياس ثرستون



مثال: لنفرض أن الباحث بصدد قياس اتجاهات الطلبة نحو دور الجامعة في المجتمع. وقد انطلق من فرضية مؤداها: الواقع يؤكد أن الجامعة لا تقوم بدورها المنشود في المجتمع.

ومن أجل التحقق من صدق فرضيته، صاغ مجموعة من البنود، وأعطى المحكمون وزنا لكل بند كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 03: وزن البنود في مقياس اتجاهات الطلبة نحو دور الجامعة في المجتمع

الرقم	محتوى البند	الوزن
01	أعتقد أن الجامعة هي أهم مؤسسة في المجتمع الآن	0.2
02	أظن أن الإلتحاق بالجامعة هدف أساسي	0.5
03	أرى أن خدمات الجامعة عالية الكفاءة	1.5
04	أفضل الجامعة لأن عملها متميز	2.3
05	أشعر أحيانا أن الدراسة في الجامعة غير ضرورية	4.5
06	أتبع ما تقدمه الجامعة من قيم ومبادئ	3.3
07	أعتقد أن ما تقدمه الجامعة من معرفة ضئيل	5.6
08	أرى أن الأموال التي تصرف على الجامعة خسارة	9.6

فإذا وافق المبحوث على البنود: 01، 03، 05، 06، 08، فإن درجته تكون:

$$3.82 = \frac{0.2+1.5+3.3+4.5}{5}$$

وإذا موقعنا هذه العلامة مع الشكل رقم 02، نجد أن اتجاه المبحوث

مؤيد لمحتوى الفرضية.

وما يؤخذ على هذا المقياس هو أنه صعب من حيث التصميم، ويتطلب جهدا كبيرا لإيجاد المحكمين (الخبراء)، وجهدا آخر من المحكمين لتحديد وزن العبارات (قيمتها)، ثم أن المحكمين ليسوا دوما على مستوى من الكفاءة التي تسمح لهم بتحديد وزن العبارات لتصبح عبارة في المقياس النهائي؛ أي أن هذا المقياس قد يشوبه نوع من التحيز والتعصب الذي قد ينجم من المحكمين.

إضافة إلى أن وزن العبارة في حد ذاته مسألة نسبية، فماله وزن وقيمة عند شخص ما قد لا يأخذ وزنا أبدا عند شخص آخر، وبالتالي فقد يبني المحكمون المقياس على أساس البعد المتساوي بين العبارات بينما يُنظر إليه من طرف المفحوصين عكس ذلك.

III- مقياس رنسيس ليكرت 1932 (1) :

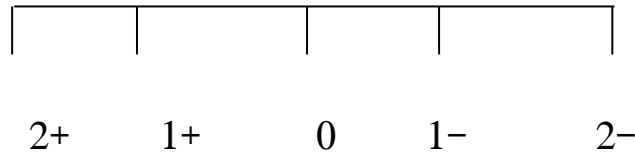
يعتبر هذا المقياس من أشهر المقاييس وأكثرها استخداما. وقد جاء تعديلا للطريقة السابقة وتبسيطا لها. وقد اقترح ليكرت مقياسا يمتاز بسهولة البناء والتطبيق، متدرجا في عبارات يتم اختيارها في مجال الإتجاه المراد قياسه. وصاغ ليكرت هذا المقياس من أجل تذليل الصعوبات الناجمة عن التحكيم وعن تصنيف العبارات تبعا لأوزان قيمية. لذلك فقد اقترح ليكرت أن يتدرج المقياس على خمس درجات من المعارض بشدة إلى الموافق بشدة؛ حيث يرى أنه لو زاد عدد

¹ - Stuart Oskamp et P.Wesley Schutz, Op Cit , p -p : 50 - 51.

الدرجات أو قل على العدد المحدد، كأن يكون سبع درجات أو ثلاث درجات مثلا أصبح من المحتمل أن لا تكون إجابات المبحوثين دقيقة وصحيحة.

وفي مقابل كل درجة، هناك نقطة معينة تعبر تعبيراً كمياً عن الموافقة أو المعارضة، ويطلب من المبحوث وضع علامة على العبارة التي توافق اتجاهه. وهو ما يتضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 03: مقياس ليكرت



ويعطي الفرد قيمة كمية مناظرة استجابته، وبالتالي يتم حساب درجة الإتجاه الكلي للفرد بجمع درجات عبارات المقياس، ومن ثم تحديد الإتجاه وشدته.

ويشترط في العبارات المشكلة للمقياس أن تكون مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالموضوع المراد قياس الإتجاه نحوه، وبفرضيات الدراسة، وأن تصاغ بصورة واضحة وبسيطة.

" وتتميز طريقة ليكرت بسهولة استعمالها وارتفاع درجة الثبات والصدق في المقياس، وذلك لتفاوت الدرجات أمام كل عبارة بين الموافقة الشديدة والمعارضة الشديدة. وهي تتيح للفرد أن يعبر عن اتجاهه بالنسبة لكل عبارة من عبارات المقياس، بخلاف طريقة ثرستون، فضلاً عن أنها تقلل من درجة التخمين وعامل الصدفة. " (1)

ولنضرب مثلاً عن استخدام مقياس ليكرت في قياس اتجاه عينة مكونة من 03 أفراد عرضت عليهم 05 بنود مختلفة، فكانت استجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ - انتصار يونس، مرجع سبق ذكره، ص 286.

الجدول رقم (04): استجابات عينة من 03 أفراد حسب مقياس ليكرت

المبحوث 03					المبحوث 02					المبحوث 01					المبحوث
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	البند
				*	*									*	I
							*					*			II
	*														III
	*							*			*				VI
		*						*			*				V
14					12					12					المجموع

الدرجة 02 معارض

الدرجة 01 معارض بشدة

الدرجة 04 موافق

الدرجة 03 محايد

الدرجة 05 موافق بشدة

فاحسب الدرجة الكلية للمبحوث 01، نجمع: $01+03+04+04$ فنجد المجموع: 12

والدرجة الكلية للمبحوث 02 هي: $05+03+02+02$ وتساوي: 12

والدرجة الكلية للمبحوث 03 هي: $01+04+04+03$ وتساوي: 12.

هكذا بينا طريقة تصحيح المقياس، وفي الوقت نفسه بينا عيب طريقة ليكرت التي لا توضح

الفروق الفردية والنوعية في استجابات المبحوثين، فعلى الرغم من أن استجابات المبحوثين الثلاث

حول البنود الخمس كانت مختلفة تماما، إلا أن الدرجة الكلية لهم كانت واحدة.

VI - مقياس جوتمان⁽¹⁾:

يقوم هذا المقياس على فكرة التدرج التراكمي؛ بمعنى أنه يمكن لنا من خلاله أن نعرف أي بنود وافق عليها المبحوث، وذلك في حدود 90% من الثقة؛ أي احتمال 10% من الخطأ بالنسبة للعينة ككل.

وتتميز بنود مقياس جوتمان بالترتيب والتراكم، فاستجابة المبحوث نحو البند 9 هي نتيجة منطقية لاستجاباته نحو البنود من 1 إلى 8. فإذا حوى المقياس مثلاً ترتيباً للعمليات الرياضية كالتالي: الجمع - الطرح - القسمة - الضرب، فإن من يجيد الضرب بالضرورة يجيد الجمع والطرح والقسمة.

ويقول جوتمان أن التحليل التراكمي المتدرج سوف يساعد الأخصائي على الحصول على مجموعة من البنود ذات درجة عالية من خاصية التراكم المتدرج، وغالباً ما تكون 0.9 أو أعلى من ذلك.

ثامناً: مشكلات قياس الإتجاه:

تواجه عملية قياس الإتجاه العديد من الصعوبات، لعلّ أبرزها أن القياس يتعلق بشيء غير مرئي، وبالتالي لا يمكن قياسه قياساً دقيقاً، بل الإستدلال عليه بمؤشرات قد تعطي قيمة تقريبية عنه.

وقد سبق الذكر أن الإتجاه يحتوي على ثلاثة مركبات: معرفي، عاطفي وسلوكي، ولا حاجة للتأكيد على أن الإتجاه تطغى عليه الصبغة الذاتية أكثر من الموضوعية. وعليه، فكل محاولة

1 - سعد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 391.

- عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته حمود، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 106 - 107.

لقياسه ستواجه صعوبات وتتخللها مشاكل، سواء تعلقت بالمبحوث أو الباحث أو بالمقياس نفسه. وهذا ما يجعل من القياس غير موضوعي إلى حد ما. وقد حدد عبد الحليم محمود السيد وآخرون هذه المشاكل في كتابه المعنون ب: علم النفس الإجتماعي المعاصر في ثلاث مشكلات رئيسية هي كالتالي⁽¹⁾:

I - طبيعة المبحوث: فئمة أفراد يتميزون بحب الظهور بشكل جذاب إجتماعيا أو لديهم ميل للإذعان والخضوع وقبول كل ما يقدم لهم، بغض النظر إلى مضمونه. وهؤلاء تكون معظم إجاباتهم (موافق) و (موافق بشدة) ظنا منهم أن الإجابة ب(معارض) أو (معارض بشدة) ستجعل منهم شواذا إجتماعيين. كما أن هناك أفرادا تتأثر استجاباتهم بقدرتهم على فهم بنود المقياس، وهناك من عاداتهم في التعبير اللغوي تجعلهم يفهمون بندا ما في المقياس بعكس ما هو مراد منه، وهنا يكون المشكل ثلاثي الأبعاد، يرتبط من جهة بالمبحوث ومن جهة أخرى بالباحث الذي يجب عليه شرح المقياس والغاية من كل بند. وبطريقة صياغة البنود ولغتها، وهو مشكل يعود للباحث كذلك.

II - المقياس: تؤثر طريقة صياغة بنود المقياس على مدى فهم المبحوث له، وعلى طريقة إجابته على تلك البنود؛ فالكلمات الصعبة، المبهمة، الغريبة تشكّل عائقا أمام الفهم الصحيح للمعنى المراد. كما أن عدم توضيح الهدف من القياس والطريقة التي يجب على المبحوث أن يجيب بها، تجعل المبحوث محتارا ومرتبكا، ويستغرق وقتا طويلا لفهم طريقة الإجابة، قد يكون أكثر من الوقت الذي يستغرقه في تحديد اتجاهه، أو قد تجعله يمل ويمتنع عن الإجابة.

1 - عبد الحليم محمود السيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 65 - 66.

III- الموقف الذي يطبق فيه المقياس: تشكل بعض المواقف ضغطا على المبحوث

يقلل من موضوعيته في الإستجابة، خاصة إذا أحيط بأفراد يكره أن يعرفوا اتجاهه نحو الموضوع المدروس أو يخاف من ذلك، كأن نستجوب مبحوثا حول طبيعة علاقته مع رئيسه في حضور الرئيس. وقد يُجرى استجواب المبحوث في موقف ذي زمان ومكان غير ملائمين (وقت العمل، وقت الغداء، في الحافلة...)، لذا يُنصح باختيار الموقف المناسب واستبعاد كل العوامل التي تؤثر على المبحوث قدر الإمكان.

خلاصة:

إنّ الإتجاهات تنسيق معقد لما ينشأ لدى الفرد من أفكار و مفاهيم، وعواطف وسلوكات
حيال الموضوعات المختلفة المحيطة به. وتتشكل هذه الإتجاهات نتيجة لاحتكاك الفرد ببيئته التي
يحاول التأقلم معها.

واعتمدا على أن الإتجاهات غير ملموسة فمن الصعب قياسها وتحديد شدتها واتجاهها،
ولكن يمكن الإستدلال عليها انطلاقا من سلوكات الفرد وقياس اتجاهها الذي قد يكون متوافقا مع
ما هو مفترض، أو متعارضا معه.

وتلعب الإتجاهات دورا مهما في توجيه سلوك الأفراد نحو قبول أو رفض التغييرات
المختلفة التي قد تحدث في البيئة، وبالتالي في تشكيل شخصيتهم وطريقة تعاطيهم مع
الموضوعات المختلفة. وعليه، فالمجتمعات - مهما كانت - يمكن أن تكسب تأييد أفرادها للقضايا
المجتمعية المختلفة انطلاقا من فهمها لاتجاهاتهم، وهنا تأتي عمليات التعديل والتغيير التي لا
تكون سهلة بأي حال من الأحوال لأنها متعلقة بما تشربه الفرد من قيم جزاء العمليات المتعاقبة
للتنشئة الإجتماعية، وهو ما شكّل لديه منظومة قيمية يصعب فصلها عن اتجاهاته.

مراجع المحور:

- 1- أ . براون، علم النفس الإجمالي في الصناعة، ترجمة السيد محمد خيرى، دار المعارف، ط2، مصر، 1956.
- 2- إنتصار يونس، السلوك الإنساني، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 3- جودة بني جابر، علم النفس الإجمالي، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004.
- 4- ويليم و لامبرت وولاس إ. لامبرت، علم النفس الإجمالي، ترجمة سلوى الملا، دار الشروق، ط2، القاهرة، 1993.
- 5- سوسن شاكر مجيد، أسس بناء الإختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، ديبونو، الأردن، 2007.
- 6- حسن حريم، السلوك التنظيمي: سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار الحامد، الأردن، 2003.
- 7- كامل محمد محمد عويضة، دراسات علمية بين علم النفس الإجمالي والعلوم الأخرى، دار الكتب العلمية، لبنان، 1996.
- 8- لويس كامل مليكة وآخرون، الشخصية وقياسها، دار غريب، القاهرة، 1959.
- 9- مالك بن نبي، فكرة كومنويلث إسلامي، دار الفكر، طو، دمشق، 2009.
- 10- محمد علي شهيب، السلوك الإنساني في التنظيم، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1976.

- 11- محمد شفيق، علم النفس الإجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 12- محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.
- 13- مهدي زويلف، علم النفس الإداري ومحددات السلوك الإداري، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، الأردن، 1982.
- 14- ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي: دراسة نظرية تطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004.
- 15- سلوى محمد عبد الباقي، آفاق جديدة في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د.ت.
- 16- سلوى محمد عبد الباقي، موضوعات في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2002.
- 17- عبد الرحمن العسوي، الإحصاء السيكولوجي التطبيقي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 18- عبد الحلیم محمود السيد وآخرون، علم النفس المعاصر، إيتراك، مصر الجديدة، 2003.
- 19- عباس محمود عوض ورشاد صالح دمنهوري، علم النفس الإجتماعي: نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994.

20- عبد العزيز السيد الشخصي، علم النفس الإجمالي، دار القاهرة للكتاب، مصر،
2001.

21- صديق محمد عفيفي وأحمد إبراهيم عبد الهادي، السلوك التنظيمي: دراسة في
التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين شمس، الإسكندرية، 2003.

22-Anthony R. Pratkanis and others, **Attitudes structure and
function**, EA, USA, 1989.

23-Stuart Oskamp and P. Wesley Schutz, **Attitudes and
opinions**, Pearson, 3rd edition, USA, 2005.

24-William D. Grano and Radmila Prislin, **Attitudes and attitudes
change**, Psychologie press, USA, 2008.

المحور الثالث: أساسيات في الرأي العام وطرق قياسه:

تمهيد

أولاً: تعريف الرأي العام

ثانياً: نشأة الرأي العام وتطوره

ثالثاً: أنواع الرأي العام

رابعاً: خصائص الرأي العام

خامساً: أهمية الرأي العام وأهداف قياسه

سادساً: وسائل الرأي العام

سابعاً: آليات وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام

ثامناً: منهجية قياس الرأي العام

تاسعاً: طرق قياس الرأي العام

عاشراً: مشكلات قياس الرأي العام

خلاصة

مراجع المحور

تمهيد:

يعتبر الرأي العام على اختلاف مستوياته وتصنيفاته من المواضيع السوسيو-نفسية التي تتميز بها المجتمعات والشعوب على اختلافها. كيف لا، وهو التعبير الجماعي عن المواقف المؤثرة في حياة تلك المجتمعات. ولقد صار الرأي العام في الوقت الحاضر قوة لا يستهان بها، وتعدى الإهتمام به إلى الساسة والحكومات والمؤسسات التي تريد ضمان نشاطها واستمراريتها.

وأكثر من هذا، صار الإهتمام باستطلاعات الرأي العام أحد أهم المؤشرات التقدم لبلد ما، ومقدار التشعب الديمقراطي لسياسته، فالبلدان التي تمارس الديمقراطية على الوجه السليم، هي البلدان التي تهتم فعلا بالرأي العام في صياغة كل مشاريعها ورسم السياسات المجتمعية، وذلك على خلاف المجتمعات الأقل تقدما، والتي لا تهتم بالرأي العام إلا في أوقات الحملات الإنتخابية، وإن تعدى ذلك فمن أجل ترشيد بعض القرارات الهامشية.

ونظرا للأهمية التي تحتويها استطلاعات الرأي العام، فقد جاء هذا الفصل ليعرفنا أولا بمعنى الرأي العام وكيف تطور، وأنواعه وخصائصه، ووسائله انتهاء على منهجية وطرق قياسه.

أولاً: تعريف الرأي العام:

أكدت الموسوعة الدولية للعلوم الإجتماعية عام 1968 على أنه : " لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأي العام، ومع ذلك فيزداد استخدام هذا التعبير. " (1)

" يعرف ليم البيج الرأي العام على أنه: تعبير عن موضوع معين يكون محل مناقشة من جماعة ما. " (2)

و" يعرفه لينارد دوب بأنه: موقف جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين. " (3)

أما أحمد بدر فيرى أن الرأي العام هو : " اتفاق ضمني أو توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة من الأهمية على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة. " (4)

الواضح أن هذا التعريف يعتمد على مفهوم الضمير الجمعي عند دوركايم، حيث يستخدم الرأي العام كوسيلة لمواجهة المشاكل تماماً مثلما يعتمد المجتمع على الضمير الجمعي في مواجهة المواقف المختلفة.

ويرى كلوريدج كنج أن الرأي العام هو: " الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار هام، بعد مناقشات علنية وافية. " (5)

- 1 - محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ع81، دار الفجر، 1998، ص12.
- 2 - خليل إبراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، دار الحرية، بغداد، 1986، ص19.
- 3 - المرجع نفسه، ص 20.
- 4 - أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه، مكتبة الأنجلو المصرية، طر، القاهرة، 1987، ص27.
- 5 - أحمد بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتاب، القاهرة، 1968، ص39.

أما هينيسي فيرى أن الرأي العام هو : " مجموع وجهات النظر القابلة للقياس لدى الأفراد الذين لهم مصلحة في قضية أو موضوع ما محل هذا الرأي".⁽¹⁾

يشير هذا التعريف لخاصية مهمة من خصائص الرأي العام، وهي القابلية للقياس. كما أنه يحدد الفئات المساهمة في هذا الرأي بأنها الفئات التي لها مصلحة في القضية أو المسألة أو الموضوع محل الرأي.

وقد عرف الرأي العام كذلك بأنه: "مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذي أهمية عامة؛ أي الآراء التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى سياسات الحكومات".⁽²⁾ اعتمادا على هذه التعاريف، وبالرجوع لتعريف الإتجاه، يمكن أن نحدد الفرق بين الإتجاه والرأي العام في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): الفرق بين الإتجاه والرأي العام

الإتجاه	الرأي العام
لا يتطلب وجود مشكلة	يتطلب وجود مشكلة قائمة يتم حسمها عن طريقه
قد يكون سريا أو معلنا	يعرف الرأي العام بكونه معلنا
قد يكون فرديا وقد يكون جماعيا	يتعلق بمجموعة من الأفراد أو بمجتمع كامل
يتميز بالثبات النسبي	يتميز بسرعة التقلب والتغير

1 - سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص18.

2 - Pierre Albert, *Lexique de la presse écrite*, Daloz, Paris, 1989, P132.

ثانيا: نشأة الرأي العام وتطوره⁽¹⁾:

يجمع الباحثون في مجال الرأي العام على أن ظهور هذا التعبير بمدلوله الحاضر كان في خضم الثورة الفرنسية*، التي اعتبرت كغيرها من الثورات شكلا من أشكال التعبير عن الرأي العام، والتي كانت المنطلق لإعلان حقوق المواطن الفرنسي في أواخر القرن 18 بعد تحرره من هيمنة قوى الإقطاع.

إلا أن هذا لا ينفي وجود رأي عام في المجتمعات القديمة بصورة أو بأخرى؛ فالرأي العام مصطلح مرتبط بالمجتمع الإنساني أينما وجد، وهو - الرأي العام- الذي كان العامل الحاسم في حدوث أضخم الأحداث التاريخية في حياة البشرية.

I- الرأي العام في المجتمعات القديمة:

كان الرأي العام في المجتمعات القديمة هو الحاكم الفعلي والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط في مدن اليونان المستقلة، فقد عرفته قرونا عديدة قبل ميلاد المسيح؛ حيث كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين مجتمعين، أي لكافة سكان المدينة والريف المحيط بها، ماعدا العبيد والأطفال والنساء. فالواضح أن الرأي العام في تلك الفترة كان يخص الرجال فقط.

1 - مختار توهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005، ص 15 - ص 17. (بتصرف)

- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، مكتبة غريب، القاهرة، دت، ص 31. (بتصرف)

* قامت هذه الثورة سنة 1789، حيث دخل الشعب الفرنسي طرفا في تقرير مصيره لأول مرة في التاريخ، بعد تحرره من هيمنة قوى الإقطاع. ولفهم عوامل وظروف قيام الثورة الفرنسية، ونتائجها على المجتمع الفرنسي خاصة والأوروبي عامة.

- راجع: لويس عوض، الثورة الفرنسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1992.

وقد مثلت هيئة المواطنين المكونة من رجال المدينة والريف المحيط بها ما نعرفه في وقتنا الحاضر بالبرلمان والحكومة والقضاء، ومارست السلطات الثلاث: التشريعية، القضائية والتنفيذية؛ حيث كانت تتخذ القرارات في اجتماع جمعية المواطنين بأغلبية أصوات الحاضرين في اجتماع تلك الجمعية.

وعن المواضيع التي كانت تناقشها جمعية المواطنين، فقد كانت تتطرق لكل مجالات الحياة العامة في المدينة والريف المحيط بها. ففي المجال الحربي والعسكري كانت تختار قادة الجيش وتعلن الحروب وتتعقد المعاهدات، وفي مجال العمل كانت تختار الموظفين وتسن قوانين العمل وتفرض الضرائب، وفي المجال الديني والثقافي، كانت تأمر بإقامة الإحتفالات الدينية والعامة، كما حكمت تلك الجمعية في القضايا المدنية والجنائية دون معقب لحكمها.

ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب، وإنما كان من حق كل مواطن أن يبدي رأيه، حتى ظهرت طائفة الخطباء الذين مثلوا طائفة من بلغاء القوم يكرسون حياتهم للسياسة إما رغبة منهم في خدمة العامة، وإما إرضاء لطموحهم وسعيا وراء منافع ومصالح شخصية. وقد وقع عليهم العبء الأكبر في الكلام والمناقشة.

وقد كان كل خطيب من هذه الطائفة يدافع عن وجهة نظره ويحاول إقناع العامة والحصول على موافقتهم بخصوص قضية أو موضوع محدد. وللوصول إلى ذلك، كان يقف في الساحة العمومية، في الهواء الطلق، في الصباح الباكر ليجري اجتماعا مع موطني المدينة الذين جاوز تعدادهم أربعين ألفا - خاصة مدينة أثينا- وكان يحضر اجتماعاتهم التي يميزها النظام، الذي لا يخلو من احتدام الآراء والعواطف، ما لا يقل عن خمسة أو ستة آلاف مواطن.

وأدى اتساع الإمبراطورية الرومانية إلى ظهور ما يعرف بالمنشورات، فازدادت الثقافة وكثرت المناقشات حول المواضيع المختلفة، فنشط الرأي العام وازداد نضجا وتبلورا.

ومما ساعد على قيام الرأي العام بعدها، ظهور الديانات السماوية، حيث عرف العالم المسيحي عبارة الإجماع أو الإتفاق، كما أدرك العالم الإسلامي أهمية الرأي العام، وذلك بالإهتمام بمعرفة آراء الرعية واتجاهات الرأي في المجتمع الإسلامي.

ومع اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر في إنجلترا، ازداد حجم الجماهير القارئة، وساعدت حركة الإصلاح الديني (البروتستنت) على كسر احتكار الكنيسة الكاثوليكية الرومانية للأفكار الدينية، كما ساهمت التحولات الإقتصادية المصاحبة للثورة الصناعية في تشجيع الأفكار الجديدة وانتشارها، وتكونت فئات جديدة من الجماهير، الذين ازداد وعيهم بمضاعفة الإنتاج الطباعي وانتشار الكتب في القرنين السادس عشر والسابع عشر، وهو ما جعل الرأي العام الجماهيري قوة لها وزنها، وتحظى بالإهتمام والإحترام، وهو ما جسده كتابات بسكال، فولتر، هوبس، لوك... حيث اهتم لوك على سبيل المثال بدراسة الأسس القانونية والأخلاقية للرأي العام في مقال له سنة 1690 بعنوان: " الفهم الإنساني"، وانتقل المفهوم من إنجلترا إلى فرنسا عبر الفلاسفة الفرنسيين، الذين عبّروا عن الرأي العام بمصطلحات مختلفة، كالروح العامة عند مونتسكيو، الإدارة العامة عند جون جاك روسو، واستخدم الألمان تعبير روح الشعب.

وقد شق الرأي العام طريقه إلى فرنسا في خضم الثورة الفرنسية - كما سلف الذكر - وكان يتكرر بين فلاسفة العصر ورجال السياسة وخاصة بين أتباع الوزير Neker، ومنها انتشر في أوروبا كلها.

II - الرأي العام في العصر الحديث:

إن الرأي العام والتعبير عنه، ما هو إلا ثمار لغرس الديمقراطية التي جسدها الميثاق العالمي لحقوق الإنسان؛ حيث عني هذا الميثاق الذي أصدرته الأمم المتحدة بموجب قرار الجمعية العامة 217 ألف د3 المؤرخ في 10 كانون الأول ديسمبر 1948 على تأكيد حق كل إنسان في حرية التفكير، ونصت المادة 19 منه على حرية الرأي والتعبير " لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء وتلقي وإذاعة الأنباء والأفكار دون تقييد بالحدود الجغرافية وبأية وسيلة كانت." (1)

وبذلك صار الرأي العام قوة كبيرة في المجتمع الدولي الحديث، وهو ما نجم عن الأوضاع السياسية والإجتماعية والثقافية الدولية، ونظرا لتطور التكنولوجيا، خاصة ما تعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال. فصارت وسائل الإعلام تؤثر على الرأي العام، بل وتتحكم فيه أحيانا*، ولم يعد باستطاعة الحكومات أن تتخذ قراراتها ولا أن تستمر في ممارسة مهامها دون موافقة الجماهير على ذلك. وصارت الحكومات الذكية، هي تلك الحكومات التي تحاول أن توحيد الرغبة بين أفراد الشعب وجماعاته، كما يرى توينس.

ولقد زاد انتشار التعليم، وظهور وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية من صحف وسينما وتلفاز متعدد القنوات وانترنت، من وعي الجماهير بحقوقها (في إبداء الرأي، والتحرر، والانتخاب...)، وبقدرتها على التغيير مجتمعة بعدما تبلور لديها وعي عام على المستوى المحلي والوطني والعالمية.

¹ <http://www.bibalex.org/arf/ar/files/whrs.pdf> . 31/10/2015 . 13:14h

* سيتم في عنصر لاحق شرح الآليات التي تستخدمها وسائل الإعلام للتأثير على الرأي العام.

ولقد أصدرت البلدان المتقدمة قوانين لضمان حرية الرأي العام، فعلى سبيل المثال، جرى إقرار حرية الرأي العام في السويد سنة 1991، وصارت السويد تؤمن بأن حرية التعبير عن الرأي العام هي ضرورة أخلاقية وأداة عملية تساعد في النضال من أجل حقوق الإنسان.⁽¹⁾

ثالثاً: أنواع الرأي العام⁽²⁾: قسم الباحثون الرأي العام حسب عدة معايير نذكر منها:

I - حسب المعيار الثقافي أو قوة التأثير:

- 1- رأي عام قائد: ويمثله قادة الرأي في المجتمع ممن يتحملون مسؤولية اتخاذ القرار.
- 2- رأي عام منقاد: وتمثله الأغلبية الساحقة من الجماهير، وهو يخضع لسيطرة وسائل الإعلام والرأي العام القائد.
- 3- الرأي العام المستتير أو المتعلم: ويمثله المثقفون. ويتكون من الفئة التي تقرأ وتستوعب المعلومات، وهي فئة وسط قد تتأثر بآراء القادة وتنقلها للمناقدين.

II - حسب النظم السياسية المسيطرة على المجتمع:

- 1- رأي عام ظاهر ومعبّر عنه، ويسود الدول التي تمارس الديمقراطية على الوجه السليم. وهي بلدان يتوفر فيها جو من الحرية السياسية والاجتماعية، مما يسمح للناس بالتعبير عن آرائهم تجاه المواضيع المختلفة، كما تمتاز شعوبها بالوعي بحقوقهم وبطريقة المطالبة بها.
- 2- رأي عام كامن ومخفي: وهو على عكس الرأي المعلن. ويكون في الدول ذات الأنظمة الدكتاتورية والقمعية التي يخشى فيها الناس التعبير عن آرائهم.

¹ - www.swiden.se/ar.02/11/ 2015 . 13:12h

² - سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع17، كانون الأول، 2013، ص 385. (بتصرف)
ومختار تهامي وعاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 19 - 20. (بتصرف)

III- حسب الإستمرارية أو الديمومة:

1- الرأي العام الدائم أو المستمر: وهو الرأي الذي يستند عادة إلى تقاليد التراث والدين العادات والتقاليد، لذلك يصفه بعض خبراء الرأي العام بالرأي السائد أو الاتجاه العام ولا يعتبرونه رأياً عاماً لعدم وجود حوار أو نقاش حول أمور الدين.

2- الرأي العام المؤقت: ويتشكل بعد حوار ونقاش بين الجماهير بخصوص قضية أو حدث مؤقت، ثم يزول ذلك الرأي بزوال القضية محل الإجماع، ومثال ذلك الرأي العام المتشكل لدى الجماهير بخصوص عقد انتخابات تشريعية، فيزول ذلك الرأي العام بعد إجراء الإنتخابات.

VI- حسب معيار الإنتشار:

1- الرأي العام المحلي: وهو خاص بمنطقة معينة داخل البلاد. والمجتمعات المحلية هي مجتمعات صغيرة، تربط بين أفرادها مصالح مشتركة، وتوحد بينهم اللغة والعادات والتقاليد والتاريخ والمصير المشترك، كما تتشابه أوضاعه الإقتصادية والثقافية والسياسية، مما يزيد من شعور الأفراد بالإنتماء له، مقارنة بالمجتمع القومي أو الدولي.

2- الرأي العام الوطني: ويكون ضمن حدود بلد معين، في الغالب، يدور هذا الرأي العام حول المشاكل والقضايا الوطنية، بعيدا عن معالجه للقضايا العالمية. ويمكن القول أن الرأي العام الوطني يمتاز بعدة خصائص، أهمها:

أنه لا يخرج عن العادات والتقاليد الوطنية، مما يعطيه خاصية التجانس. وهذا لا ينفي وجود خلافات بين أفراده. ومن هذا المنطلق يكتسب الرأي العام خاصية أخرى وهي إمكانية التنبؤ به وبسلوكات أفراده، كونها لا تخرج عن إطار السلوكات المقبولة في المجتمع الوطني.

3- الرأي العام الإقليمي: ويتمثل برأي عدة أقاليم جغرافية تشترك في اللغة، أو تجمعها

أعراف وتقاليد دينية أو ثقافية واحدة، مثل الرأي العام العربي، الإفريقي....

4-الرأي العام النوعي: ويتشكل على أساس المصالح الفئوية أو المسائل الدينية، كالرأي

العام عند المسلمين أو اليهود، الرأي العام عند المسيحيين....

5- الرأي العام العالمي: ويتشكل عالمياً حول قضايا مصيرية كالإرهاب وحقوق الإنسان.

رابعاً: خصائص الرأي العام⁽¹⁾: حاول كثير من دارسي ظاهرة الرأي العام وضع خصائص

شاملة للظاهرة من واقع دراساتهم لها وأبحاثهم حولها فيما يلي بعض من هذه الخصائص:

I -الرأي العام اصطلاح شامل يتضمن العديد من الآراء: فتقسيم الرأي العام لفئتين

معارضة ومؤيدة يخفي في ثناياه الكثير من الآراء داخل كل فئة، فوجهات النظر والآراء تجاه أية

سياسة أو حدث غالباً ما تتدرج من التأييد المطلق إلى المعارضة المطلقة ..وبالتالي من الأفضل

عند قياس ظاهرة الرأي العام أن توزع الآراء على جدول يعكس هذا التدرج في الرأي العام الأمر

الذي يعبر بصدق على خصوصية الظاهرة.

II -الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة: حيث هناك بعض المسائل الخاصة

بالسياسة والاقتصاد يقتصر فهمها عادة على بعض المتخصصين في تلك الأمور الذين يكونون

حولها رأياً متعمقاً مبنياً على الدراسة والفهم بينما غالبية المواطنين لا يعيرون نفس المسائل ذات

الاهتمام وبالتالي فزأيهم عادة ما يكون عابراً ومن ثم فأى تغيير يطرأ على هذه المسائل لا يثير

1 - وجدي بركات، محاضرات في العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الإجتماعية، مطبوعة منشورة على الموقع الإلكتروني: https://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/.../2769B455.pdf

فيهم إلا انتباهاً طفيفاً. ولذلك يمكن القول أن الرأي العام يختلف في درجه ثباته واستمرار يته فالبعض يشكل رأيه بناء على معلومات قليلة جديدة، بينما البعض الآخر يبني آراءه بناء على معلومات وافرة ومن ثم فأراءه تكون أكثر رسوخاً وأقل قابلية للتغيير.

III - الرأي العام ظاهرة متغيرة: تمثل الانتقال من حالة إلى حالة فالجماهير عادة تكون شديدة الحساسية خصوصاً بالنسبة للأحداث الهامة وبالتالي فأراؤها تكون متذبذبة تجاه الأحداث الجسيمة وخصوصاً تلك التي تمس مصالحها بطريقة مباشرة ولذا يمكن القول أن الرأي العام يظل ساكناً حتى ظهور مشكلة تهدد مصالح الجماعة يترتب عليها ظهور الرأي العام بوضوح وقد يكتنفه التعبير العنيف أيضاً.

VI - الرأي العام سهل التبلور: بالنسبة للأهداف التي تتطلع إليها الجماهير إلا أن الوسائل المقترحة أو المطروحة لانجاز تلك الأهداف عادة ما تثير جدلاً وخلافاً وبالتالي ليس من السهل تبلور رأي عام حولها.

V - يتشكل الرأي العام بواسطة الزعماء القادة: وذلك نظراً لسيطرتهم على وسائل الإعلام مما يتيح لهم فرصة تعبئة مشاعر وتطلعات الجماهير في المسار الذي يرغبونه.

خامساً: أهمية الرأي العام وأهداف قياسه⁽¹⁾:

I - أهمية الرأي العام: لقد أدرك الفلاسفة القدامى والباحثون في الرأي العام أهميته بالنسبة للفرد والجماعة والمجتمع. فها هو ميكيا فيلي في كتابه الأمير، يصرح بأن الحكومات لا تستطيع أن تستمر في الحكم دون موافقة الشعوب. وبعده بأكثر من قرنين يصرح دافيد هيوم بأن

1 - ياسين لاشين، محاضرات في الرأي العام، youtub، 20 نوفمبر 2015، 09:40.

الحكومات تؤسس على الرأي العام، فعلى أساس الرأي العام تقوم الحكومات، ولا يمكنها أن تستمر إلا إذا حصلت على تأييد الرأي العام.

واستنادا على هذا، يمكن أن نحدد أهمية الرأي العام في النقاط التالية:

1- بالنسبة للفرد: إن مساندة الفرد للرأي العام يجعله مقبولا اجتماعيا، فالفرد الذي يخالف الرأي العام يعتبر خارجا عن المجتمع، وهو ما يسبب له النبذ والعزلة الإجتماعية، وعدم القبول من طرف المجتمع الذي يعيش فيه. وقد قال جون لوك أنه لا يوجد بين كل 10 آلاف شخص، شخص واحد عديم الإحساس لدرجة أنه لا يهتم إطلاقا بالرأي العام، وهذا دليل قاطع على اهتمام الأفراد بالرأي العام لما يحققه لهم من تشارك وانتماء.

2- بالنسبة للحكومات: تعتمد الحكومات والأنظمة السياسية على الراي العام في تواجدها أولا وفي استمرارها في ممارسة السلطة على المجتمع، ذلك أن امتناع الرأي العام عن تأييد الحكومة هو تعبير عن سحب الثقة منها، والمطالبة بإسقاطها، مما يحول دون استمرارها في ممارسة السلطة، وأوضح مثال عن ذلك ما حدث من خلال الثورات العربية في تونس ومصر وليبيا....

وما يصدق عن الفرد والحكومة، يصدق على ما بينهما من جماعات ومؤسسات، فامتناع الرأي العام عن التعامل مع منتج ما، يعني توقف نشاط المؤسسة التي تنتجه، ومثال ذلك مقاطعة المنتجات الدنمركية من طرف الرأي العام الإسلامي بعد الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم- وهو ما أثر على الإقتصاد الدنمركي سلبا.

وعليه، يمكن القول أن الرأي العام يؤدي إلى تعزيز العوامل التي تؤدي إلى الترابط والتماسك وتساعد على تقوية التضامن في المجتمع، وبالتالي تحافظ على تماسك المجتمع وقدرته على اتخاذ وتنفيذ القرارات، وكما قال ابن خلدون: إنما على العصبية تقوم الدول.

كما أن الرفض الذي يستخدمه مجتمع ما لعقاب شخص خارج عن الرأي العام ومنحرف عن تقاليد وقيم الجماعة، هو عقاب ذو صفة قانونية، فهو يحدث كاستجابة لفعل خاطئ قام به الفرد، وكرد فعل إرادي أو لا إرادي ضد من قام بفعل يهدد أفراد مجتمعه أو يصيب مصالحهم بالضرر.

والرأي العام يجعل المجتمع يحافظ على معايير ويعيد التأكيد عليها، كما يوجد لنفسه معايير جديدة للحفاظ على ذاتيته ومواقفه. فخطر ما يمكن أن يواجه المجتمع هو انقسام الرأي العام فيه وتفتيته، وهو ما يوجد الصدام بين عدة آراء، ويوجد عدم التشارك في قيم ومبادئ جامعة ومشاركة.

هذا وقد حدد محمد عبد القادر حاتم أهمية الرأي العام في:

- المساعدة في سن القوانين والغائها.
- مساندة القادة والهيئات السياسية.
- المساهمة في تحديد طبيعة الأوضاع المرتبطة بالعلاقة بين الحاكم والمحكوم.⁽¹⁾

II - أهداف قياس الرأي العام⁽²⁾:

- يمكننا قياس الرأي العام من تحديد قوة وضعف هذا الرأي، ومن خلال هذا نتعرف على

درجة الحياد والمعارضة والتأييد في قضايا محددة.

1 - محمد عبد القادر حاتم، الإعلام في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص 50 - ص 52. (بتصرف)

2 - صالح خليل أبة اصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان، 2004، ص - ص: 172 - 173 (بتصرف)

-يسمح بمعرفة المكان أو المنطقة التي ينتشر فيها الرأي العام المعارض والمنطقة التي

ينتشر فيها الرأي العام المؤيد، وهو ما يسهل سبل التعامل معه.

سادسا: وسائل الرأي العام⁽¹⁾: تعتبر هذه الوسائل متعددة ومختلفة، والتي يتم تلخيصها في

ما يلي:

I - المكتوبة والمقروءة: وتشمل: وسائل الإعلام الخطية مثل الصحافة والكتب والمنشورات

المطبوعة وكل ما يكتب من أجل أن يقرأه الآخرون مثل الإعلانات الحائطية والملصقات....

II - المسموعة: وهي ما ينتقل إلى سمع الجماهير سواء عن طريق المذياع أو أجهزة

التسجيل، أو عن طريق الأشخاص الذين يقومون بالدعاية لموضوع ما أو في الحملات الانتخابية

مثلا والخطب والمحاضرات والتجمعات المختلفة (الدينية، الثقافية، السياسية...).

III - المرئية: والتي تنتقل عبر التلفاز كأهم وسيلة لنقل الصورة، وهذا لا ينفي وجود وسائل

أخرى مثل السينما والأنترنترنت والرسوم الكاريكاتورية. والصورة تؤثر على الرأي العام بطريقة أسرع

وتنقل العديد من الرسائل التي يفهمها الجميع، فالصورة إذن " هي المفتاح السحري للنظام الثقافي

الجديد، نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم، إنها المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على

أوسع نطاق جماهيري، وهي تلعب في إطار العولمة الدور نفسه الذي تلعبه الكلمة في سائر

التواريخ الثقافية التي سلفت.²

1 - كامل محمد محمد عويضة، علم النفس الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، 1996، ص 144. (بتصرف)

2- عبد الإله بلقزيز، العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة، المستقبل العربي، ع229، بيروت،

مارس1998، ص 96.

سابعا: آليات وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام⁽¹⁾: لفهم الإطار العام لهذه الآليات، نتوقف أولا عند ما يقوله ناعوم تشومسكي عن التحكم في الرأي العام، حيث يقول أن⁽²⁾: أهم المسائل المتعلقة بتاريخ القرن العشرين لا سيما في الولايات المتحدة الأمريكية هي الدعاية وإعلانات الشركات، وهذه الصناعة ضخمة تمتد من خلال الوسائط الإعلامية ومن خلال مجموعة كبيرة من النظم التي تتواصل مع الرأي العام، وصناعة السينما والمسرح والموسيقى والراديو والتلفزيون وجزء كبير من المناهج المدرسية، وكثير مما يظهر مباشرة في الجرائد....

جزء ضخم من كل ذلك يأتي مباشرة في صناعة العلاقات العامة التي تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية، وهدفها الواضح والمعلن هو السيطرة على العقل (الضمير) الجمعي للمجتمع. والسبب أن العقل الجمعي كان ينظر إليه على أنه أكبر تهديد للشركات منذ بداية القرن، مما أوجب السيطرة على عقول الناس.

وهذه الفكرة تأسست في فكر دافيد هيوم منذ القرن السابع عشر، حينما قال: إننا لن نستطيع التحكم في الناس بالقوة، لذا يجب إيجاد طرق أخرى للسيطرة عليهم، السيطرة على ما يفكرون به، وما يشعرون به وسلوكهم تجاه بعضهم البعض.

وانطلاقا مما سبق، فإن التحكم في الرأي العام والتأثير فيه، هو عملية مقصودة وهادفة، تتم من خلال الآلية التالية:

I - استدراج الرأي العام: ويتم ذلك تحت غطاء الشعارات البراقة مثل حقوق الإنسان والحرية والعدالة والديمقراطية وحقوق المرأة... فنقوم وسائل الإعلام باستدراج الرأي العام لاتخاذ مواقف

1 - سلام خطاب أسعد، مرجع سبق ذكره، ص 390 - ص 392. (بتصرف)

2 - ناعوم تشومسكي يتكلم عن التحكم في الرأي العام، Youtoub، 20 نوفمبر 2015، 09:13 .

سياسية قد تكون مخالفة لما كان يعتقد سابقا، في ظل طوفان المفاهيم والشعارات البراقة التي يصبه الإعلام وابلا على الجماهير.

II - إطلاق التسميات والألقاب: يبدأ هذا الأسلوب بتحديد ماهية الأنماط الجامدة أو غير المفضلة لدى الجمهور تجاه قضايا محددة، ثم إلحاق نشاط أو شخص أو بلد ما برمز مشحون عاطفيا ليتفاعل الجمهور مع هذه التسمية لارتباطها بهذه الأنماط المفتعلة، مثل ربط زعماء ورؤساء دول بهتler.

III - التوحد مع الجمهور المستهدف: وذلك من خلال استخدام مفردات الخطاب والتعابير والأمثال والقصص واللهجات الشعبية المحلية.

VI - الإشعاع أو مركز الدائرة: قد تبدأ محاولة تغيير الرأي العام نحو قضية ما بفكرة واحدة بسيطة مثل القضاء على مشكل اجتماعي كالبطالة وغلاء المعيشة أو السكن وتكون هي مركز الدائرة، وتنتهي بأفكار كبيرة تمس الدائرة كلها وهي إسقاط النظام.

V - جس نبض الرأي العام: وذلك بنشر خبر صغير أو تصريح غير مباشر تمهيدا لإصدار قرارات مصيرية وحيوية، وذلك لقياس تقبل أو رفض الجمهور لهذه القرارات.

IV - إطلاق الشائعات: ويكون ذلك خصوصا في وقت الأزمات والتوترات السياسية والاجتماعية، وذلك للتلاعب بالرأي العام وتوجيهه نحو الهدف الذي تريده جهات معينة.

IIIV - أسلوب الإثارة: ويكون باستخدام قصص وأخبار تثير انتباه الجمهور وتلامس مشاعره وغرائزه من خلال التضليل والخداع والمناورة للوصول إلى تكوين رأي عام عنيف تجاه قضية قد لا تستحق كل هذا الحشد إلا لغايات أو أهداف تعمل لها جهة محددة.

IIIIV - تحويل الإنتباه: وذلك لإبعاد الأنظار عن الموضوع الأساسي بلفت الإنتباه إلى

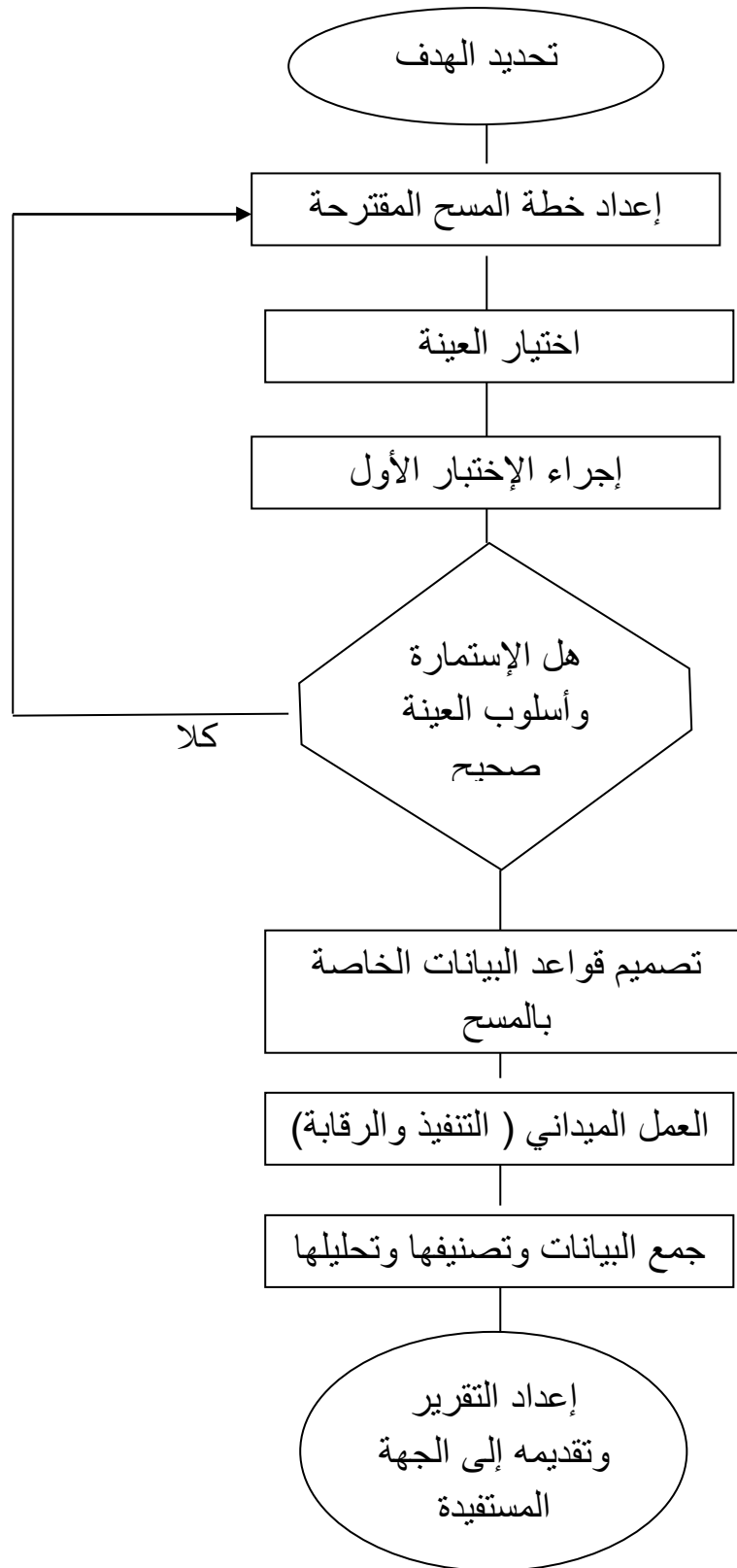
مواضيع أقل أهمية، وهو ما يحدث حقا من خلال توجيه اهتمامات الجماهير الإسلامية عن القضية الفلسطينية وقضية التنمية والتطوير وإلهائهم بقضايا الرياضة والغناء... وذلك لإلهائهم والتحكم فيهم. وقد حدد نعوم تشومسكي عشر إستراتيجيات للتحكم في الشعوب*، من بينها استراتيجية الإلهاء وتحويل الإنتباه.

ثامنا: منهجية قياس الرأي العام: لخصها مهدي محمد البياح وآخرون في مقالة لهم معنونة

ب: استطلاعات الرأي العام بين النظرية والتطبيق، كما هو موضح في الشكل التالي:

* إستراتيجيات التحكم في الرأي العام ملحق

الشكل رقم (04): منهجية قياس الرأي العام:



المصدر: مهدي محمد البياع وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق،
مجلة البحث العلمي، ص152.

وبالتالي، يمكن القول أن منهجية قياس الرأي العام تقوم على المراحل التالية:

I - تحديد الهدف: إن تحديد الهدف مرحلة هامة وحاسمة في جميع البحوث؛ حيث على

دقتها تعتمد كل المراحل اللاحقة. وفي هذه المرحلة، يقوم القائم بقياس الرأي بالتحديد الدقيق لمجتمع الدراسة، أي من هم الأشخاص الذين سيتم قياس رأيهم حيال القضية موضوع القياس. كما يحدد طبيعة البيانات المراد الحصول عليها، هل هي بيانات كمية أم كيفية؟ كما لا ينسى درجة الدقة المطلوبة في تحديد مجتمع الدراسة وجمع البيانات.

II - إعداد خطة المسح المقترحة: وهي المخطط الذي يسير عليه القائم بقياس الرأي في

كافة مراحل العملية. فيبدأ بتحديد الأشخاص الذين سيجري معهم المسح. وهنا يدقق الباحث العملية التي كان قد بدأها في المرحلة الأولى، إذ ينتقل من العموم إلى الخصوص. كما تحتوي هذه المرحلة على تحديد الطريقة التي يتم بها المسح، فهل ستكون هناك مقابلة مباشرة، أم عن طريق الهاتف، البريد، البريد الإلكتروني... وما هي الأسئلة التي سيتم طرحها على المبحوثين؟ وما هي طريق التحليل التي يمكن اعتمادها للوصول إلى النتائج، ومتى يبدأ المسح ومتى ينتهي؛ بمعنى تحديد المدة الزمنية المخصصة للمسح. وفي هذه المرحلة يجب على القائم بالمسح أن يتنبه لمصادر الخطأ المتوقع حصوله، سيكون الخطأ في المقياس، أو في طريقة القياس، أو في العينة، أو في عدم استجابة أفراد العينة. والغرض من هذا التوقع هو وضع خطة بديلة، وتحري الدقة في القياس.

III- اختيار العينة*: تعتبر هذه العملية على مستوى بالغ من الأهمية؛ إذ لا بد أن يلجأ

الباحث لاختيار عينة تكون ممثلة للمجتمع، من أجل الصدق في تعميم النتائج في نهاية المسح. وتكون عملية اختيار العينة في المجتمعات المتجانسة أسهل منها في المجتمعات غير المتجانسة؛ حيث يضطر الباحث للإستعانة بالعينة غير العشوائية أو المقصودة. وتقوم عملية اختيار العينة على تحديد نوع العينة هل هي عشوائية، والتي تضم العينة العشوائية البسيطة والطبقية أو الفئوية والمنتظمة. أما العينة غير العشوائية فهي التي تضم العينة الحصصية، العنقودية وغيرها من الأنواع التي يضطر الباحث لاختيار أفرادها عمداً، وذلك خدمة لأغراض وأهداف المسح.

وبعد تحديد نوع العينة يقوم الباحث بتحديد حجمها أو نسبتها إلى المجتمع الكلي، وتكون النسبة ممثلة للمجتمع كلما كانت نسبة أكبر، إلا أن القاعدة المنهجية تؤكد على أنه كلما كبر حجم المجتمع، قلت النسبة المأخوذة منه، وكلما كان المجتمع صغيراً زادت النسبة إلى أن تبلغ 100 % في المجتمعات التي يمكن إجراء مسح شامل لها، ويعتمد ذلك على ما يتوفر لدى الباحث من إمكانيات تتعلق بالجهد والمال والوقت.

VI- إجراء الإختبار الأول: وهو عبارة عن القياس المبدئي الذي يعتمده الباحث من أجل

معرفة دقة واتساق المقياس ومدى ملاءمته للدراسة، ومدى ملاءمة العينة المختارة للموضوع المراد قياس الرأي تجاهه، ومدى استجابة الباحثين مع الموضوع. وعلى كل حال فإن هذا الإختبار هو مرحلة تصحيحية، تمكن الباحث من تدارك النقاط التي أغفلها في المراحل السابقة. فإذا وجد أي خطأ أو تناقض عاد للمرحلة الثانية، وهي: إعداد خطة المسح المقترحة من أجل تدارك الخطأ. وإلا، فيمكنه المرور إلى المرحلة الموالية.

* تفصل أنواع العينات في عنصر لاحق

V- تصميم قواعد البيانات الخاصة بالمسح: لقد صارت هذه القاعدة تصمم بطريقة

إلكترونية عن طريق برنامج متخصص، يمكن من معالجة البيانات بعد إدخالها وهو برنامج SPSS.

IV- العمل الميداني: بعد أن استكمل الباحث عمليات المسح من الناحية النظرية، يمكنه

النزول للميدان لجمع البيانات، وذلك بتطبيق المقياس على العينة التي تم اختيارها، وبالطريقة التي تم تحديدها في الخطة المقترحة.

IIV- وبعد جمع البيانات يمكن للباحث إدخالها لبرنامج SPSS لمعالجتها، ومن ثم

تحليلها وتفسيرها وربطها بأهداف المسح، والوصول إلى النتائج النهائية. " إذ يعد تحليل البيانات وتقديمها في شكل إحصاءات مرحلة حاسمة في دراسة الرأي العام، إذ تمكن هذه الإحصاءات من تبيان أوجه التقارب والتباين في اتجاهات الرأي العام، مما يسمح بالتحقق من الفرضيات."⁽¹⁾

IIIV- وتعد آخر مرحلة في المسح هي إعداد التقرير النهائي، الذي يشمل إشكالية المسح

وفرضياته، المنهج المستخدم والعينة المختارة، وطريق التحليل والنتائج المتوصل لها.

اعتبارات مهمة لقياس الرأي العام: على القائم بقياس الرأي العام أن يأخذ بعين الاعتبار ما

يلي⁽²⁾:

1- أنواع الأسئلة في أداة القياس: تتعدد أنواع الأسئلة، ومن الواجب أن تحتوي أداة قياس

الرأي العام على هذه الأنواع:

1 - هبة صوان، أهمية دراسة الرأي العام للعاملين في مجال العلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سورية، 2009، ص19.

2 - عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 20 - ص 33 (بتصرف)

أ- من حيث الشكل: أسئلة مغلقة وهي التي يجيب فيها المبحوث بإحدى الإجابات التي

يقترحها عليه الباحث، مثل: هل توافق على مشروع المالية لهذه السنة؟ نعم لا. أو

ما هي البرامج التي تستهويك؟ البرامج الدينية البرامج السياسية

البرامج الثقافية البرامج الرياضية

وهناك الأسئلة المفتوحة، والتي لا يتقيد فيها المبحوث بإجابة محددة، بل يترك له المجال

للإجابة الحرة. ومثالها: كيف تقضي وقت فراغك؟

ب- من حيث المضمون:

- أسئلة حقائق: والتي تهدف إلى التأكد من حقيقة معروفة عن المبحوث. كأن يعرف

الباحث مسبقا أن المبحوث يقطن بالمدينة (س)، ويطرح عليه سؤالا عن مكان الإقامة، وكذلك

الأمر بالنسبة للسن والمستوى التعليمي، والوضعية الإجتماعية....

- أسئلة الرأي: وهي قوام مقاييس الرأي العام. كأن نقول للمبحوث: هل توافق على قانون

الأسرة الجديد؟ هل توافق على عمل المرأة؟ وتحتاج أسئلة الرأي إلى تفكير، ولا توجد لها إجابات

واحدة صحيحة كما هو الحال في أسئلة الحقائق، كما لا يمكن التأكد من صدقها بمحكّات

خارجية.

- أسئلة الدوافع: وتهدف للتوصل لمعرفة دوافع سلوك معين لدى المبحوث، وعادة ما تبدأ

بماذا. كأن نسأله: لماذا تساند النظام القائم؟ أو لماذا لا توافق على المشروع - أ- ؟

- الأسئلة المعرفية: وهي التي تستند إلى قاعدة أن الرأي السديد يتكون انطلاقا من معارف

متعددة. وتستهدف قياس معلومات المبحوث حول الموضوع المراد قياس الرأي العام نحوه.

2- **حسن اختيار العينة:** لا تتفصل العينات التي يمكن للقائم بقياس الرأي العام أن يستجوبها

عن العينات التي يستخدمها الباحثون في العلوم الإنسانية والاجتماعية عموماً. ويمكن تحديد أنواع العينات في استطلاعات وبحوث الرأي العام كما يلي (1) :

أ- **العينات الإحصائية (العشوائية):** هي العينات التي يتم اختيار جميع مفرداتها من بين

وحدات المعاينة التي يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالي يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقي الوحدات، ولذلك نستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهي ضرورة عندما يكون الغرض من البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة، ويتسنى قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم في هذه الأخطاء بأساليب يوضحها علم الإحصاء. وحينما يتحدث الإحصائيون عن العينات فإنهم يعنون دائماً العينات الاحتمالية، حيث تمكنهم نظريات الإحصاء الرياضي والعينات من تقدير خطأ المعاينة وتحديد حجمها وكذلك الاستنتاج الإحصائي وتعميم نتائجها على المجتمع ككل.

وتأسيساً على ما سبق فإن العينات العشوائية هي العينات التي تختار وحداتها بإحدى وسائل

الاختيار العشوائي ، وفيما يلي أهم أنواع العينات العشوائية:

- **العينة العشوائية البسيطة:** إن العينة العشوائية البسيطة هي العينة التي تُختار بطريقة

تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الظهور ضمن أفراد العينة. وتوجد عدة

1 - مختار توهامي وعاطف عدلي العيد، مرجع سبق ذكره، ص 180- 184 (بتصرف)
- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، طه، الجزائر، 2007، ص 65- 67 (بتصرف)
- سعيد إسماعيل صيني، **قواعد أساسية في البحث العلمي**، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994، ص - ص: 241 - 250. (بتصرف)

طرق لاختيار العينات العشوائية البسيطة نكتفي بدراسة أكثرها استخداما في بحوث الرأي العام والإعلام على النحو التالي:

الاقتراع المباشر: وذلك بأن يعطى كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقة منفصلة، ثم تطوى هذه الأوراق وتخلط جيدا، ويختار منها بالقرعة العدد المناسب، فإذا أردنا اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من 50 فرد من مجتمع مكون من 100 فرد، نعطي كل فرد في المجتمع رقما مسلسلا نضعه على بطاقة ، ثم تخلط هذه البطاقات التي لا بد أن تكون متشابهة حجما وشكلا ولونا، ونبدأ بسحب واحدة تلو الأخرى، ونقوم في كل مرة بإعادة البطاقة التي سحبت إلى بقية البطاقات، بعد تسجيل رقمها المسلسل المثبت عليها وخطها بباقي البطاقات قبل سحب البطاقة التالية، ونستبعد الأرقام المكررة على أساس أنه لا يجوز اختيار فرد أكثر من مرة واحدة .

الجدول العشوائية: يتلخص أسلوب استعمالها في ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسلة، ويختار منهم أصحاب الأرقام التي تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة. فمثلا إذا أردنا سحب عينة من 30 شخص مثلا، وكانت القائمة التي لدينا للأشخاص تحوى 900 شخص، فمعنى ذلك أننا يجب أن نحصل على 30 رقما من الجداول العشوائية، كل منها، يتكون من ثلاثة أرقام بحيث لا يتجاوز أي رقم من الأرقام المختارة رقم 900 . ويراعى عدم استخدام نفس الصفحة من الأرقام العشوائية في إجراء معاينات متتابعة للمجتمع نفسه.

الحاسب الآلي: يستخدم الحاسب الآلي في سحب العينات العشوائية البسيطة، وخاصة حينما

يكون حجم المجتمع كبيرا.

-العينة العشوائية المنتظمة: تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها وقلة تكاليفها، خصوصا في

المجموعات الكبيرة، حيث يتم تقسيم المجتمع الأصلي إلى مجموعات متساوية في العدد أو الفئات

مع مراعاة أن يتم اختيار الرقم الأول بطريقة عشوائية. فإذا أردنا إجراء دراسة على يتكون من 1000 مفردة وكان حجم العينة التي ستختار هو 100، فإن مسافة الإنتظام هي $1000 / 100$ والتي تساوي 10. نقوم باختيار رقم عشوائي من 1 - 10 وليكن 5، وهو المفردة الأولى، ثم تكون المفردة الثانية $5 + 5$ وهي 10، والمفردة الثالثة هي $5 + 10$ وهي 15، وفي كل مرة نضيف مسافة الإنتظام للعدد الذي نحصل عليه حتى نستوفي 100 مفردة.

- **العينة الطبقيّة العشوائية**: توجد عدة شروط لابد من توافرها لاستخدام العينة الطبقيّة

العشوائية منها:

✓ إمكانية تقسيم الإطار الكلي إلى طبقات متجانسة، وتختلف كل طبقة عن الأخرى

من حيث الظاهرة التي يراد دراستها.

✓ معرفة حجم كل طبقة معرفة جيدة، إذ أن حجمها يدخل في تقدير حجم العينة التي

تسحب من كل طبقة.

ويتم اختيار العينة الطبقيّة كما هو موضح في المثال التالي: إذا كان لدينا مجتمع مكون

من 200 مفردة ومقسم إلى 03 طبقات، الطبقة أ فيها 50 مفردة، الطبقة ب فيها 90 مفردة

والطبقة ج فيها 60 مفردة، وأردنا أن نجري الدراسة على نسبة 50 % من المجتمع، أي 100

مفردة، فإننا سنأخذ 50 % من كل طبقة، فيكون لدينا: 25 مفردة من الطبقة أ، 45 مفردة من

الطبقة ب و 30 مفردة من الطبقة ج.

-**العينة متعددة المراحل**: لتوضيح أسلوب سحب العينة العشوائية المتعددة المراحل :

نفترض أنه يلزمنا إجراء دراسة على عينة قوامها 400 مفردة من أطفال العاصمة، فإنه يمكن في

هذه الحالة اختيار العينة على مرحلتين :يتم تركيز البحث في المرحلة الأولى في بعض الأحياء أو أقسام الشرطة بالعاصمة، ونختارها اختيارا مناسباً (عشوائيا بسيطا أو طبقيا) ونتجه في المرحلة الثانية إلى القوائم المسجل بها أسماء سكان هذه الأحياء أو الأقسام المختارة ، وتختار العينة المطلوبة من هذه القوائم بطريقة من الطرق العشوائية.

ب- **العينات غير الإحتمالية (غير العشوائية):** على عكس العينات الإحتمالية، فإن هذا النوع لا يعطي الفرصة لكل أفراد المجتمع من البروز في العينة، لأن الباحث يكون قد اختار عينته بطريقة عمدية، لا موضوعية، خدمة لهدف أو أهداف البحث. وعلى الرغم من كون هذه العينات لا تمثل المجتمع تمثيلا سليما، وأنه لا يمكن تعميم نتائجها، إلا أن الباحث لا يمكنه الإستغناء عنها لأن طبيعة بحثه تفرض ذلك. ويمكن عرض بعض العينات غير الإحتمالية، وكيفية استخدامها في قياس الرأي العام كما يلي:

- **العينة العرضية (الصدفية):** حيث أن الباحث يختار المفردات التي تصادفه والتي تنطبق عليها المواصفات التي تخدم موضوع البحث، وكثيرا ما يستخدمها القائمون على التحقيقات الصحفية، أو في استطلاعات الرأي العام حول منتج معين؛ حيث يقف الباحث بالقرب من مركز بيع ذلك المنتج، ويستجوب كل من يقوم باقتنائه، حتى يكتفي.

- **العينة العمدية (القصدية):** يختار الباحث مفردات بطريقة عمدية، ويرى أن هذه المفردات تمثل المجتمع. ومثال ذلك حينما يريد الباحث معرفة أثر البرامج الترفيهية على الشباب، فيلجأ إلى مدينة كبيرة، ظنا منه أن سكانها يمثلون الشباب الذي تعود على البرامج الترفيهية. وغالبا ما يختار القائم بقياس الرأي العام المناطق التي أجريت فيها بحوث للرأي العام من طرف باحثين آخرين، مما يوفر لديه الجهد والوقت في تحديد العينة المناسبة لبحثه.

- **العينة الحصصية:** يكثر استخدام العينة بطريقة الحصص في البحوث بصفة عامة، وفي استطلاعات الرأي العام بصفة خاصة لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع، ويترك للباحث الميداني حرية اختيار مفردات الحصص بشرط أن يلتزم بالحدود العددية والنوعية للعينة، الشيء الذي قد يؤدي إلى عدم تمثيل العينة للمجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، إذ أن عدم تقيد الباحث بنسب عددية للضوابط التي اختيرت على أساسها العينة مجتمعة قد يترتب عنه اختيار عينة من طبقة اجتماعية معينة دون أن يكون ذلك متمشياً مع النسب الحقيقية في المجتمع الأصلي. ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام أن هذا النمط من العينات مهم جداً في الاستطلاعات الفورية للرأي العام نظراً للسرعة التي تتم بها، وقلّة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى.

3- **دقة العمل الميداني:** ويعتمد هذا على مجموعة من العوامل أهمها: حسن اختيار الباحثين القائمين بالعمل الميداني وتدريبهم، الطريقة التي يتصل فيها الباحثون بالميدان، مراجعة أدوات القياس من حيث الشكل والمضمون والصدق والثبات.

4- **الدقة في تفرغ البيانات المحصل عليها وتبويبها وتحليلها وتفسيرها.**

تاسعا: طرق قياس الرأي العام:

الحقيقة أن قياس الرأي العام لا يمكن أن يخرج في منهجيته عن البحوث الميدانية الوصفية، لأنه بالنهاية بحث وصفي. وانطلاقاً من هذا تتمحور قياسات الرأي العام حول استخدام المسح

الإجتماعي بنوعيه الشامل وبالعينه، والذي يستعين بالإستبانة والمقابلة، كما يلجأ الباحث إلى تقنية تحليل المحتوى⁽¹⁾. وترتبط كل طريقة بهدف الدراسة و بالجمهور المستهدف.

I- مسح الرأي العام: تتضمن الدراسات المسحية جمع بيانات من عدد كبير من الأفراد بغرض الوصول إلى الإجابة عن تساؤل مطروح دون الإقتصار على حالة واحدة. ويمكن للقائم بمسح الرأي العام أن يتبع نوعا من المسح: إما الشامل وإما بالعينه.

1- المسح الشامل: يتم إجراؤه على كافة وحدات المجتمع (إحصاء السكان مثلا). ويتميز المسح الشامل بشمولية وعموم نتائجه ، واقترابها من الحقيقة أكثر من المسح بالعينه؛ فالميزة الأساسية للمسح الشامل هي تجنب أخطاء التعميم، كونها قد تعاملت مع كل مفردات المجتمع. إلا أن هذه الطريقة لا تستخدم غالبا إلا من طرف هيئات متخصصة في الإحصاء وهي الهيئات والمراكز التي تمتلك الوسائل المادية والبشرية لإجراء مسح شاملة. ويعود ذلك لكون المسح الشامل يتميز ب:

- كثرة التكاليف المادية نظرا لامتداده على مساحة واسعة وتعامله مع مجموعة كبيرة جدا من الأفراد.

- امتداده على مساحات واسعة، وعلى فترات زمنية قد تصل إلى سنوات.

- يحتاج افرق بحث مدربة ومؤهلة ومتعاونة.

1 - سعيد سراج، الرأي العام: مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986، ص 49.

ويفضل استخدامها مع المجتمعات المحددة مثل القرى، الجامعات، مؤسسات ذات نشاط محدد. ومثال ذلك، قياسنا لرأي سكان القرى حول مكننة الزراعة. قياس رأي مؤسسات الإعلام نحو الإدارة الإلكترونية.

2- المسح بالعينة: نظرا لعدم قدرة الباحث على إجراء المسح الشامل، وخاصة إذا كان المجتمع كبيرا جدا، وهو ما يعود لمميزات المسح الشامل التي ذكرناها سابقا، يضطر القائم بقياس الرأي العام للإستعانة بطريقة المسح بالعينة، الذي تتعدد فيه أنواع المعاينة وتتنوع حسب تجانس المجتمع وأهداف البحث، وقد تم التعرض لأنواع العينات في عنصر سابق.

وأيا كان نوع المسح - شاملا أو بالعينة- فالقائم بقياس الرأي العام يمكنه إجراء هذا المسح بالإستعانة بإحدى أدوات جمع البيانات: الإستبيان، الملاحظة، المقابلة. وهو ما يحدده هدف البحث وحجم البيانات المراد الوصول لها.

أ- الإستبيان أو الإستفتاء: "يعتمد الإستفتاء على التقرير اللفظي للفرد عن سلوكه وعن المؤثرات التي يتعرض لها، لذا فإن توفيق الباحث في الحصول على المعلومات التي يتطلبها يتوقف إلى حد كبير على مدى فهمه للإستفتاء والمواقف التي يستخدم فيها والقواعد الواجب مراعاتها عند إعداد إستمارة الإستفتاء." (1)

ويعرف الإستبيان بأنه: " مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للوصول على أجوبة

1 - رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008، ص131.

الأسئلة الواردة فيها. وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.⁽¹⁾

لقد احتوى هذا التعريف على مكونات الإستبيان وطرق تطبيقه. فمن حيث مكوناته فهو عبارة عن وثيقة تحتوي عددا من الأسئلة التي يصوغها الباحث حسب حاجته البحثية، والتي يرى أن الإجابة عليها سوف تغطي حقيقة يبحث عنها. ومن حيث طريقة التطبيق فمن الممكن للباحث أن يقوم بتطبيق هذا الإستبيان مباشرة مع المبحوثين وهذه الطريقة هي الأسلم والأنجع لما لها من فوائد أهمها:

- إمكانية رؤية رد فعل المبحوث تجاه سؤال معين، وبالتالي التعرف على مدى صدقه في الإجابة.

- القدرة على شرح الأسئلة وتبيان المقصود منها للمبحوث.

- لفت انتباه المبحوث لكل سؤال، حتى لا يغفل الإجابة عنه.

- ضمان استرجاع الإستبانة وعدم تضييعها.

أما الطريقة الثانية فهي إرسالها عن طريق البريد، سواء البريد الورقي أو الإلكتروني، وعلى الرغم من فائدة تقليص الوقت والجهد، إلا أن هذه الطريقة تحجب عن الباحث الفاعل المباشر مع المبحوث، مما يغطي على مميزات الطريقة الأولى.

وعن استخدام الإستبانة في قياسات الرأي العام، فإن الباحث الذي يريد مثلا قياس الرأي العام نحو عمل المرأة، وبعد تحديده لهدف دراسته وتساؤلاتها، يصوغ مجموعة من الأسئلة مرتبة

1 - عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1999، ص 66.

بما يخدم الغرض من البحث، ثم يحدد عينته بالطريقة التي عرضناها سابقا ويتوجه لها من أجل جمع البيانات من طرف الجمهور حول عمل المرأة. وبعد جمعه للبيانات يقوم بترميزها وتفرغها وتحليلها وتفسيرها وصولا إلى النتيجة التي تحدد شدة واتجاه الرأي العام.

ب- **المقابلة:** يمكن تعريف المقابلة بأنها: " تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد... تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين. والمقابلة هي أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم." (1)

وللمقابلة أنواع عديدة منها التشخيصية، العلاجية، الإرشادية، والمسحية. وهذه الأخيرة هي التي يتم استخدامها في قياسات الرأي العام.

وحتى تكون المقابلة ناجحة، لابد من مراعاة الجوانب التالية: (2)

- إعلام المبحوث بطبيعة الموضوع وتشجيعه على التعاون معه.
- الصراحة وعدم إخفاء الحقيقة عن المبحوث. فإذا كان المراد هو قياس الرأي العام حول موضوع سياسي حساس، فلا يجب على الباحث التلاعب بالألفاظ وإخفاء طبيعة الموضوع عن المبحوث.
- أن يكون الغرض من المقابلة واضحا. وهو جمع معلومات حول موضوع أو حادثة أو شخصية سياسية معينة.

- صياغة الأسئلة بطريقة جيدة وتحديد إطار المناقشة.

1 - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص197.

2 - عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مرجع سبق ذكره، ص -ص: 76 - 77. (بتصرف)

- طلب الإذن بتسجيل المقابلة في حال تطلب الأمر ذلك.
- وللمقابلة مجموعة من المزايا نلخصها في⁽¹⁾:
- تعطينا مردودا أفضل وبيانات أكثر مما تمنحه الإستبانة.
- المرونة وقابلية توضيح الأسئلة للمبحوث في حال عدم فهمها.
- تمكننا من جمع بيانات حول الإنفعالات والآراء، وهو ما لا تسمح به طرق أخرى.
- تستخدم مع المجتمعات / العينات التي لا تجيد لغة البحث، سواء كانت أمية أو تتكلم لغة غير لغة البحث.

وعلى الرغم من مزاياها، إلا أنها تحتاج لوقت كبير لإتمام كل المقابلات مع كل المبحوثين، مما يستدعي تكاليف كبيرة في الوقت والجهد... كما قد يصادف الباحث صعوبة في إجراء مقابله مع ذوي المراكز الحساسة والذين تكثر انشغالاتهم.... فإذا ما أردنا قياس الرأي العام المثقف مثلا، نحو وسائل الإعلام الحديثة، يجد القائم بالقيام صعوبة في الإتصال المباشر بالطبقة المثقفة نظرا لكثرة انشغالاتهم البحثية.

II - تحليل المحتوى (المضمون)⁽²⁾: تعددت تعاريف تحليل المحتوى، وإن كانت تصب

في المعنى نفسه، فقد عرّف على أنه: " أسلوب لإنشاء الإستدلالات من خلال تحديد وتعريف خصائص الرسائل بشكل نظامي وموضوعي."⁽³⁾

1 - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل، ط2، عمان، 1999، ص 62. (بتصرف)

2 عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 218 - 219.

- مهدي محمد البياع وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة البحث العلمي، 2006، ص 149- ص152. (بتصرف)

3 - شاقا فرانكفورت - ناشيماز ودافيد ناشيماز، طرائق البحث في العلوم الإجتماعية، ترجمة ليلي الطويل، دار بتر، دمشق، 2004، ص 310.

ويعرف كذلك بأنه: " أسلوب في البحث لوصف المحتوى الظاهر للإتصال وصفا موضوعيا منظما وكميا. " (1) ويعتمد تحليل المضمون أساسا على ما هو مكتوب من صحف أو كتب أو مجلات، من خلال " المضمون الظاهر للوثيقة المكتوبة، أي الشيء الذي قيل صراحة؛ ولا يهتم بما هو بين السطور وغير مكتوب صراحة. " (2)

وقد بدأ استخدام تحليل المحتوى منذ سنوات قليلة في تحليل المضامين الفعلية لظواهر سلوكية واجتماعية واقتصادية وسياسية، فهو ذو فائدة كبيرة في تحديد العوامل المؤثرة على سلوك الإستهلاك العام لشريحة إقتصادية وإجتماعية في مجتمع دون غيره من المجتمعات. على سبيل المثال الدراسات الميدانية التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلك والتي تقيد في معرفة نمط الإستهلاك في المجتمع، وتغير طبيعة الإستهلاك لدى الأسر.

ويعتمد تحليل المحتوى على الدراسات الميدانية والوثائق والإحصاءات الرسمية، وما تتقله وسائل الإعلام للوصول إلى المواقف والآراء الفعلية للجماهير نحو قضية معينة. (3)

عاشرا: مشكلات قياس الرأي العام (4) :

تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية على وجه الخصوص مجموعة من

المشكلات منها:

1- نقص المعلومات المتاحة للأفراد كماً وكيفاً: على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي، فمن

لا معلومات عنده، لا رأى سديد له، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات.

- 1 - صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، 2003، ص156.
- 2 - علي غربي، أبعاد المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفائز، قسنطينة، 2009، ص 88
- 3 - محمد عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص49 (بتصرف)
- 4 - سمير محمد حسين، الإعلام والإتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 353.
- هشام بشير، دراسة نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام، مركز دراسات الدول النامية، دب.

II- النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات: والمقصود بها وسائل الإعلام والاتصال، وما توفر منها فإنه خاضع لسلطة الجهة التي تموله، وبالتالي فإن المعلومات التي يروج لها قد تكون غير حقيقية وتخدم فقط مصالح مالكيه.

III- تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام: حيث تعمل الأمية على الحيلولة دون التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة.

VI- اللاإستقرار السياسي والإقتصادي والأمني لعدد من هذه الدول، مما يعيق قياسات الرأي العام. ناهيك عن السطحية وعدم العمق، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة، وكبر شرائح الرأي العام المتطرفة لضعف أو حتى اختفاء القوى الاجتماعية الوسيطة، وخصوصاً الطبقة الوسطى والبؤس وانتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصل (أبيض وأسود) وليست متصلاً له درجات. ويضاف إلى ما سبق أن انخفاض الدخل يحد من شراء وسائل الإعلام المطبوعة من ناحية والتردد على دور السينما والمسرح - والمركزة في العواصم - من ناحية أخرى.

V- كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام: وفي مقدمتها التشكيك في أهمية قياس الرأي العام، انخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، كثرة ظهور فئة (الارأي)، صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات.

خلاصة:

إن الإعتقاد على نتائج قياسات واستطلاعات الرأي العام صار محكا من محكات التغيير التي تهتم بها الدول المتقدمة التي تمارس الديمقراطية من جهة، وتدرك وزن كلمة الجماهير مجتمعة من جهة أخرى.

ولعل المغالطة الكبرى التي تقع فيها الدول غير الديمقراطية هي إهمال الرأي العام وتهميشه، على اعتبار أنه تابع، ومن الممكن التحكم فيه وتوجيهه حسب رغبات القادة والسياسيين. ولقد أثبت التاريخ ولا زال يمدنا بإثباتات واقعية ومعاصرة، أن القوة الفاعلة في تغيير مصير الدول والشعوب هي الرأي العام، لذا من الحكمة الإهتمام به وقياسه للتنبؤ به، والقدرة على التعامل معه.

مراجع المحور:

- 1- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، القاهرة، 1987.
- 2- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، مكتبة غريب، القاهرة، د.ت.
- 3- أحمد بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتاب، القاهرة، 1968.
- 4- هشام بشير، دراسة نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام، مركز دراسات الدول النامية، د.ت.
- 5- لويس عوض، الثورة الفرنسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1992.
- 6- محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ع81، دار الفجر، 1998.
- 7- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل، ط2، عمان، 1999.
- 8- محمد عبد القادر حاتم، الإعلام في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002.
- 9- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004.
- 10- مختار توهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005.
- 11- سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 12- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- 13- سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994.
- 14- سعيد سراج، الرأي العام: مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986.
- 15- عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

- 16- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007.
- 17- علي غربي، **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، دار الفائز، قسنطينة، 2009
- 18- عبد الإله بلقيز، **العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة**، المستقبل العربي، ع229، بيروت، مارس 1998.
- 19- صالح خليل أبو اصبع، **العلاقات العامة والإتصال الإنساني**، دار الشروق، عمان، 2004.
- 20- صلاح الدين شروخ، **منهجية البحث العلمي**، دار العلوم، عنابة، 2003.
- 21- رحيم يونس كرو العزاوي، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، دار دجلة، عمان، 2008.
- 22- شاقا فرانكفورت - ناشيماز ودافيد ناشيماز، **طرائق البحث في العلوم الإجتماعية**، ترجمة ليلي الطويل، دار بترا، دمشق، 2004..
- 23- خليل إبراهيم رسول، **سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه**، دار الحرية، بغداد، 1986.
- 24- Pierre Albert, **Lexique de la presse écrite**, Daloz, Paris, 1989.

المجلات

- 1- مهدي محمد البياح وآخرون، **استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق**، مجلة البحث العلمي، 2006.
- 2- سلام خطاب أسعد، **الإعلام وصناعة الرأي العام**، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع17، كانون الأول، 2013.

المذكرات:

- 1- هبة صوان، **أهمية دراسة الرأي العام للعاملين في مجال العلاقات العامة**، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سورية، 2009.

المواقع الإلكترونية:

<http://www.bibalex.org/ar/ar/files/whrs.pdf>. 31/10/2015 . 13:14h

www.swiden.se/ar. 02 / 11/ 2015 . 13:12h

وجدي بركات، محاضرات في العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، مطبوعة منشورة على الموقع الإلكتروني:

https://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/.../2769B455.pdf

ياسين لاشين، محاضرات في الرأي العام، youtoub، 20 نوفمبر 2015، 09:40.

ناعوم تشومسكي يتكلم عن التحكم في الرأي العام، Youtoub، 20 نوفمبر 2015، 09:13

خاتمة:

ليس من الغرابة في شيء أن نقول أن قياس الإتجاه والرأي العام هو مسألة ضرورية وحيوية لكل المجتمعات على اختلاف توجهاتها. فعندما نتبين التراث الفكري في مجالي الإتجاه والرأي العام، نلاحظ بشكل جلي الأهمية الكبرى لهما، باعتبارهما محركا من محركات التغيير الإجتماعي، وهو ما يبرز لنا حيوية وأهمية الوظيفة التي يمارسها الإتجاه والرأي العام في المجتمع.

والواقع أن الرأي العام والإتجاه صارا في الظروف التي يعيشها العالم اليوم قضية ذات أبعاد ومضامين سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية ذات أهمية قصوى، من شأنها أن تقلب موازين القوى بين عشية وضحاها.

وعليه، فإن الإهتمام بقياسهما هو توجيه لاستثمار اجتماعي فعال، وتدعيم للقوى الفاعلة في المجتمع، خاصة القوى السياسية، حيث يخدمها هذا القياس في معرفة اتجاه الرأي العام ومدى تأييده أو معارضته لها، مما يزيد من قوتها في المجتمع.

والحقيقة أن إلامنا بكل جوانب الإتجاه أو الرأي العام وبكل طرق قياسهما في هذه المطبوعة أمر غير ممكن، لذلك فإن العناصر الواردة هنا هي عناصر من شأنها إزالة الغموض حول المفهومين وحول طرق قياسهم، وتغطية برنامج مقياس مقرر، وتوجيه الطالب للبحث أكثر في هذا المجال بالإعتماد على المراجع الواردة أعلاه، أو على مراجع أخرى.

والمتعارف بين كل الباحثين أن كمال البحث العلمي لهو أمر بعيد المقصد، وما هذه المطبوعة إلا إضاءة تنير الخطوط العريضة التي نحتاجها في مجال الإتجاه والرأي العام وطرق قياسهما.

وما توفيقني إلا بالله

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية:

- 1- إنتصار يونس، السلوك الإنساني، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 2- أ. براون، علم النفس الاجتماعي في الصناعة، ترجمة السيد محمد خيرى، دار المعارف، ط2، مصر، 1956.
- 3- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، القاهرة، 1987.
- 4- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، مكتبة غريب، القاهرة، د.ت.
- 5- أحمد بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتاب، القاهرة، 1968
- 6 - جودة بني جابر، علم النفس الاجتماعي، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004.
- 7- حسن حريم، السلوك التنظيمي: سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار الحامد، الأردن، 2003.
- 8- خليل إبراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، دار الحرية، بغداد، 1986
- 9- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008
- 10- سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994.
- 11- سعيد سراج، الرأي العام: مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986.

12- سلوى محمد عبد الباقي، آفاق جديدة في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د.ت.

13- سلوى محمد عبد الباقي، موضوعات في علم النفس الإجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2002.

14- سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

15- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.

16- سوسن شاكر مجيد، أسس بناء الإختبارات والمقاييس النفسية والتربوية، ديونو، الأردن، 2007.

17- شاقا فرانكفورت - ناشيماز ودافيد ناشيماز، طرائق البحث في العلوم الإجتماعية، ترجمة ليلي الطويل، دار بترا، دمشق، 2004.

18- صالح خليل أبو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان، 2004.

19- صديق محمد عفيفي وأحمد إبراهيم عبد الهادي، السلوك التنظيمي: دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين شمس، الإسكندرية، 2003.

20- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، 2003.

21- عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

22- عباس محمود عوض، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998.

23- عباس محمود عوض ورشاد صالح دمنهوري، علم النفس الإجتماعي: نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994.

24- عبد الإله بلقيز، العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة، المستقبل العربي، ع229، بيروت، مارس 1998.

25- عبد الحليم محمود السيد وآخرون، علم النفس المعاصر، إيتراك، مصر الجديدة، 2003.

26- عبد الحميد محمد علي وآخرون، القياس النفسي والإختبارات النفسية، مؤسسة طبية، القاهرة، 2010.

27- عبد الرحمن، القياس النفسي: النظرية التطبيق، هبة النيل العربية، ط5، الجيزة، 2005.

28- عبد الرحمن العسوي، الإحصاء السيكولوجي التطبيقي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

29- عبد العزيز السيد الشخصي، علم النفس الإجتماعي، دار القاهرة للكتاب، مصر، 2001.

30- عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته حمود، سيكولوجية الإتجاهات، دار غريب، القاهرة، د.ت.

31- علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفائز، قسنطينة، 2009

32- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007.

- 33- كامل محمد محمد عويضة، علم النفس الإجمالي، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996.
- 34- كامل محمد محمد عويضة، دراسات علمية بين علم النفس الإجمالي والعلوم الأخرى، دار الكتب العلمية، لبنان، 1996.
- 35- لويس عوض، الثورة الفرنسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1992.
- 36- لويس كامل مليكة وآخرون، الشخصية وقياسها، دار غريب، القاهرة، 1959.
- 37- ليونا أ. تايلر، الإختبارات النفسية والمقاييس، ترجمة سعد عبد الرحمن، دار الشروق، ط2، القاهرة، 1996.
- 38- مالك بن نبي، فكرة كومنولث إسلامي، دار الفكر، طو، دمشق، 2009.
- 39- محمد شفيق، علم النفس الإجمالي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 40- محمد عبد السلام أحمد، القياس النفسي والتربوي، مكتبة النهضة، القاهرة، 1960.
- 41- محمد عبد القادر حاتم، الإعلام في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002.
- 42- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل، ط2، عمان، 1999.
- 43- محمد علي شبيب، السلوك الإنساني في التنظيم، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1976.

44- محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ع81، دار الفجر، 1998.

45- محمود أحمد عمر وآخرون، القياس النفسي والتربوي، دار المسيرة، عمان، 2010.

46- محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.

47- مختار توهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005.

48- مهدي زويلف، علم النفس الإداري ومحددات السلوك الإداري، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، الأردن، 1982.

49- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصب، الجزائر، 2004.

50- ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي: دراسة نظرية تطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004.

51- هشام بشير، دراسة نظرية في طبيعة وطرق استطلاعات الرأي العام، مركز دراسات الدول النامية، د.ت.

52- ويليم و لامبرت وولاس إ. لامبرت، علم النفس الاجتماعي، ترجمة سلوى الملا، دار الشروق، ط2، القاهرة، 1993.

ثانياً باللغة الانجليزية:

1–Anthony R. Pratkanis and others, **Attitudes structure and function**, EA, USA, 1989.

2–Stuart Oskamp and P. Wesley Schutz, **Attitudes and opinions**, Pearson, 3rd edition, USA, 2005.

3–William D. Grano and Radmila Prislin, **Attitudes and attitudes change**, Psychologie press, USA, 2008.

ثالثا باللغة الفرنسية:

1– Pierre Albert, **Lexique de la presse écrite**, Dalozze, Paris, 1989.

المجلات:

3– سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع17، كانون الأول، 2013.

4– مهدي محمد البياع وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة البحث العلمي، 2006.

المنكرات:

2– هبة صوان، أهمية دراسة الرأي العام للعاملين في مجال العلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سورية، 2009.

المواقع الإلكترونية:

1– ناعوم تشومسكي يتكلم عن التحكم في الرأي العام، Youtoub، 20 نوفمبر 2015، 09:13

2-وجدي بركات، محاضرات في العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، مطبوعة منشورة

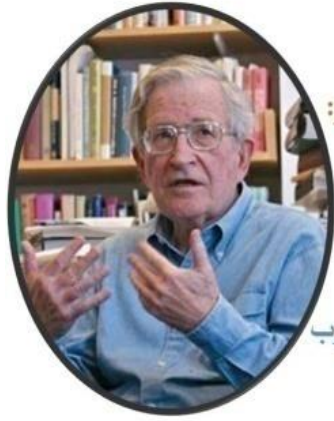
على الموقع الإلكتروني:

https://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/.../2769B455.pdf

3-ياسين لاشين، محاضرات في الرأي العام، youtoub، 20 نوفمبر 2015، 09:40.

4-<http://www.bibalex.org/ar/ar/files/whrs.pdf>. 31/10/2015 . 13:14h

5-www.swiden.se/ar. 02 / 11/ 2015 . 13:12h



نعوم تشومسكي :

عشر

استراتيجيات

للتحكم بالشعوب

1 - الإلهاء: بتحويل الرأي العام عن المشاكل العامة عن طريق وابل من المعلومات التافهة. " حافظ على تشتت اهتمام العامة بعيدا عن المشاكل الإجتماعية الحقيقية، اجعل الشعب منشغلا، منشغلا، منشغلا، حتى لا يكون له وقت للتفكير.

2- ابتكر المشاكل ثم قدم الحلول: كل مشكل يواجهه رد فعل، بعد ذلك قدم الحل الذي يتلاءم ورغباتك.

3- التدرج: ليتم قبول أمر غير مقبول، طبقه بصفة تدريجية.

4- إستراتيجية المؤجل: قبول تضحية مستقبلية يكون أسهل من تقديم تضحية آنية؛ لأن الشعب يأمل بسداجة أن يكون كل شيء أفضل في الغد، وأنه سيكون بإمكانه تقادي التضحية المطلوبة في المستقبل، فاترك له وقتا (أجل) حتى يتعود على فكرة التغيير ويقبلها باستسلام عندما يحين وقتها.

5 - مخاطبة الشعب كمجموعة أطفال صغار: كلما خاطبنا شخصا كما لو أنه طفل كانت ردة فعله عند ذلك المستوى.

6- إستثارة العاطفة بدل الفكر: وذلك لتعطيل التحليل المنطقي والحس النقدي للأشخاص.

7- إبقاء الشعوب في حالة جهل وحماسة.

8- تشجيع الشعب على استحسان الرداءة.

9- تعويض التمرد بالإحساس بالذنب: اجعل الفرد يحس أنه المسؤول الوحيد عن تعاسته،

وهكذا، عوض أن يثور على الوضع القائم يبقى في حالة من لوم الذات، وهو ما يولد الإنغلاق والتعطّل.

10 - معرفة الشعب أكثر مما يعرف نفسه.