



ISSN : 2602 - 7356

المجلة الجزائرية

لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة



المجلد (04) - العدد (02) - ديسمبر 2021

الرأي العام و انزياح السؤال

أ.د/ نصر الدين لعياضي-الجزائر في 22-12-2021

"في الوقت الذي تتيح لنا عُدتنا التكنولوجية التقييم والحكم بطريقة أسرع من ظلنا، نحتاج إلى أن نكون أكثر انتقاداً لأنفسنا من أي وقت مضى."

إريي رينولد : مؤسس المدونة الإلكترونية إلى أين يمضي الواب؟

دأب المسؤولون الذين تداولوا على إدارة مؤسسة الإذاعة والتلفزة الجزائرية في مطلع ثمانينات القرن الماضي، ثم المؤسسة الوطنية للتلفزيون لاحقاً، على الرد على الانتقادات التي توجه إلى ما يبثونه من برامج إلى ترديد الجملة المقتضبة التالية: أصبروا حتى تُسبروا". لقد أرادوا أن يقولوا لنا عبر هذه الجملة أنهم لم يدخروا جهداً لتقديم ما يعتقدون أنه يرضى المشاهدين في ظل غياب عملية سبر أو استطلاع آرائهم! وأنهم سيعملون على تلبية جمع متطلبات وأذواق الجمهور بمجرد القيام باستطلاع رأيه ومعرفة ما يفضله، وإلى ذلكم الحين ما علينا سوى الصبر. ولو سحبتنا هذا القول على الوضع الحالي فلا بد لنا من الكثير من الصبر حتى نصبر إلى غاية أن تُسبر.

لا يمكن أن نعتبر ورود هذه الجملة من باب التبرير فقط، بل يجب النظر إليها باعتبارها تتضمن تصوراً لقياس آراء المشاهدين ودوره في "تجويد" البرامج التلفزيونية. وإن كان البعض يعتقد أن هذا التصور لا يجانب الصواب إن نظرنا إليه في المطلق، فإن البعض الآخر يرى أنه لا يصمد بمجرد اصطدامه بالواقع العملي، بدليل أن برامج التلفزيون المذكور ظلت على حالها، بل تراجعت بعد حصول المؤسسة الوطنية للتلفزيون على استطلاع رأي المشاهدين الذي طلبته من المركز الوطني للدراسات من أجل التخطيط¹ (CENEAP) في تسعينات القرن الماضي.

لا يجب أن يُفهم مما سبق ذكره أنني أزكي غياب مراكز استطلاعات الرأي شبه التام في الجزائر أو أشجع عدم التعويل عليها أو استصغر قيمة عملية "سبر" الآراء في ظل تزايد دقتها نتيجة تطور العُدّة التقنية لقياسها. إن الغاية مما ذكرناه هو لفت الانتباه إلى انزياح النقاش في الفضاءات الأكاديمية إلى القضايا الإجرائية والتقنية في استطلاعات الرأي وقياسه وانصراف التفكير عما يجب قياسه، ولماذا نقيسه ولأي غاية.

عندما نستعرض محتويات مقياس الرأي العام في العديد من أقسام الإعلام والعلوم السياسية في الجامعات العربية، نلاحظ قلة التركيز على العلاقة بين الرأي العام والفضاء العمومي، وحتى غيابه، وكأن الرأي يمكن أن يوجد ويعمّم؛ أي يصبح عاماً، بمنأى عن الفضاء العام أو الفضاءات العمومية. لقد دفعت المدرسة الوضعية إلى الاقتناع بأن وجود الرأي العام هو تحصيل حاصل، ومن البديهيات السياسية والإعلامية الكونية، ولا يتطلب سوى تصنيفه واستعراض سيماته وأنواعه، والتذكير بتاريخه ودوره في حياة الشعوب والدول، وتقديم طرائق قياسه. وهذا دون التركيز على ماهية الرأي وكيف يتشكل؟ وآليات تعميمه؛ أي تحويله ليصبح عاماً. فالقليل من برامج تدريس الرأي العام في البلدان العربية انطلقت من النقاش الذي أثير في سبعينات القرن الماضي ونعتقد أنه لازال يحتفظ بوهجه، والذي شارك فيه العديد من الباحثين في العلوم السياسية وعلم

الاجتماع، منهم على سبيل المثال وليس الحصر فليب كونفرسⁱⁱ الباحث الأمريكي في العلوم السياسيّة، وبيار بورديوⁱⁱⁱ الباحث الفرنسي في علم الاجتماع، ولويك بلونديو الباحث الفرنسي في العلوم السياسيّة.

فند بيار بورديو وجود الرأي العام كما تعتبر عنه عمليات استطلاع الرأي انطلاقا من الفرضيات الثلاث الأساسية، وهي^{iv}.

1. يفترض كل استطلاع الرأي بأنه بإمكان أي فرد أن ينتج رأياً: قد يقول البعض أن هذه الفرضية لا تملك أي قيمة معرفية، لأن كل صحائف الاستبيان لا تتجاهل الذين لا يدلون برأيهم لأسباب شتى، ومنها عدم القدرة على تقديم رأي. إن المسألة لا تتعلق "بتحاييل" نتائج استطلاعات الرأي على المبحوثين الذين لم يفصحوا عن رأيهم، بل ترتبط بظاهرة أعمق وأكثر تعقيدا. فلا وجود لرأي من فراغ، ووجوده مرتبط بموضوع معين أو قضية محددة أو تصريح أو فكرة أو موقف. وهذا يعني لا بد من امتلاك معرفة مسبقة عن هذا الموضوع أو القضية أو الفكرة حتى نشكل رأياً عنه. وهنا تطرح مسألة آليات تكوين هذه المعرفة، ومدى مصداقيتها، وقدرات الأشخاص المختلفة على ولوج هذه المعرفة والاستفادة منها. فالحصول على معلومات عن موضوع معين لا يعني بالضرورة معرفته.

2. الآراء لا تتساوي: إن جمع الآراء وتحويلها إلى قيمة إحصائية في عملية استطلاعها تتم بناءً على اقتناع بأنها ذات وزن وقيمة متساوية، وتملك دلالة واحدة. وهذا يعني أن استطلاعات الرأي تفقر بعض الآراء الثريّة وتسطحها من خلال الاصطفاف التالي وفق الثنائيّة التاليّة: نعم/لا، موافق/ معارض، إلخ...

3. طرح السؤال عن موضوع واحد على الجميع، يعني التسليم بوجود اجماع مسبق بين من يُسألون عن هذا موضوع بالذات، وأنه يشغلهم جميعا. وهذا الأمر يجانب الصواب، فلو سلمنا ورقة وقلم لأي شخص وطلبنا منه أن يسجل الموضوع الذي يشغله لوجدنا عددا من المواضيع يضاهي عدد من طلبنا منهم ذلك.

دون أن نقدم تفاصيل الحجج والشواهد التي استند إليها بيار بورديو في بناء فرضياته هذه يمكن القول أنّ "لويك بلونديو" استند إليها لتثبيت ركائزه^v في نقده للتعريف التبسيطي لمفهوم الرأي العام. الركائز التي تغذت من الجدل الذي واكب ظهور مؤسسة "غالوب" لاستطلاعات الرأي العام في الولايات المتحدة، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية إلى غاية تسعينات القرن الماضي والتي شارك فيها على وجه الخصوص كل من هيربرت بلومر(1948)^{vi} ولندسي روجرز^{vii} (1949)، وينيجر جمس(1992)^{viii}، وغيرهم ومن هذه الركائز نذكر باختصار:

➤ العقلانية: التي ترى أن الرأي العام يجب أن يكون مستنيرا ومطلعا، ويتمتع بالحرية والحق في الإعلام وحاصل على المعلومات الضرورية، وقادرا على التعبير عنها، بينما استطلاعات الرأي تتوجه بالسؤال إلى أشخاص لم يفكروا قط في موضوعه في السابق ولا يملكون رأياً للإجابة عنه.

- النشر: إن الرأي العام هو تعبير عن مسار من المواجهة في ظل التفاعل بين المواقف والآراء والانطباعات ولا يمكن أن يكون عبارة عن تكميم وجمع للآراء.
- الطابع الفعلي: نظرا للصراعات الدائرة في المجتمعات وما تفرزه من أفكار متعددة ومتباينة وذات دلالات مختلفة فمن غير الصواب أن نقوم بجمعها والقول أنها تمثل الرأي العام.
- الأصالة: يؤخذ على استطلاعات الرأي أنها توجي بأنها تعبر عن رأي عام تلقائي بينما الواقع ينفي أي تلقائية في استقصاء الآراء.

ومن هذه المرتكزات تغذى النقد الموجه إلى استطلاعات الرأي العام الذي تزعم وسائل الإعلام أنها تعبر عنه بينما تتوسله، أي تحوله إلى وسيلة. لقد ذهل كولن ليموان^x، مؤرخ الفنون، من كثرة استطلاعات الرأي التي تنشر في الصحف وتبث عبر محطات الإذاعة والقنوات التلفزيونية يوميا في البلدان الديمقراطية، فحذر من "استبدادها" لأنها أصبحت تقدم، في نظره، الأرقام التي تحاكم الأحداث الجارية ومعها وتاريخنا الذي يمضي. فلا تجزئي، بل تقسم وتخلق الخلافات التي تجعل هؤلاء الذين يعبرون عن رأيهم بنعم يعارضون أولئك الذين يقولون لا. أما الذين لا رأي لهم فتصفهم بالضعاف أو الفاترين. ليس هذا فحسب، بل يهتم الكاتب ذاته استطلاعات الرأي بإنهاك الديمقراطية وتفريغها من محتواها، إذ يؤكد " بأن هذه الاستطلاعات ليست مادة للتفكير، بل لإنهاء التفكير في موضوع ما أو فكرة معينة أو وضع حد لها. إنها تستدعي الاحصائيات عندما تتعثر الكلمات أو تهرب، وتعالج نطق الأرقام عندما يتلعثم الفكر".^x

هل يفهم من كل هذا النقد للاستطلاعات الرأي الدعوة إلى الكف عن مناقشة أشكال قياس الرأي العام والاعتكاف على التفكير في ماهيته وإعادة تعريفه؟ كلا، إنها تحث على إعادة التفكير فيه وقراءة تجلياته في السياق الرقمي بكل ما يثير قياسه من إشكاليات ورهانات معرفية وأخلاقية معاصرة. ونتمنى أن تساهم المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام في هذا المجال انطلاقا من الانتقادات والتحفظات على ممارسات استطلاع الرأي العام، خاصة وأن المناهج الحاسوبية Big Methods، التي أصبحت تهدد وجود مراكز استطلاعات الرأي، والطرق التقليدية لقياسه من خلال اعتمادها على جمع وتحليل الآثار الرقمية التي يخلفها مستخدمو شبكات الانترنت ومواقع التواصل والتي تكشف عما يفكرون به بخصوص هذا الموضوع أو ذلك وعن سلوكهم وتصرفاتهم تجاه هذا الحدث أو ذلك وعن أحاسيسهم ومشاعرهم وانشغالهم واهتماماتهم، وأذواقهم ومشترياتهم. باختصار إنها تقدم ما تعجز عن تقديمه عمليات استطلاع الرأي التقليدية بأسرع طريقة، وبأقل كلفة مع هامش كبير من الاستقلالية، وبعيدا عن النزعة الذاتية التي تشوب تصريحات الباحثين في صحيفة الاستبيان أو المقابلات البحثية لأنها تستند إلى الأفعال- الممارسات عبر العدة الرقمية- أكثر من الأقوال. وبهذا ترد على الكثير من الانتقادات التي وجهت إلى عمليات استطلاع الرأي التقليدية التي ذكرنا بعضها أعلاه، بل أنها تعيدنا إلى نقطة البداية لنطرح السؤال من جديد: ما هو الرأي العام في ظل تشذير الممارسات الإعلامية وتعدّد حواملها، وتجدّد الفعل السياسي عبر وسائط متعدّدة ومتنوعة أمام رسوخ مفاهيم سوسيو سياسية، مثل " التوحد الرقمي" Homophily و"فقاعة التصفية" Filter Bubble، و" غرفة الصدى" Echo Chamber"؟

- ⁱ - حلّ هذا المركز محلّ الجمعية الجزائرية للدراسات الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية AARDES التي أنشئت في 1963. وانتقل إلى وصاية وزارة الداخلية بعد أن كان تابعا لوزارة التخطيط والهيئة العمرانية
- ⁱⁱ - Philip E. Converse: Attitudes and non-attitudes: continuation of a dialogue, in Tufte, Edward R : The qualitative analysis of social problems, Reading, Addison-Wesley Pub. 1970,
- ⁱⁱⁱ - Bourdieu P. L'opinion publique n'existe pas, *Les temps modernes*, n°318, janvier 1973 (pp 1292-1309)
- ^{iv} - وضعنا بمعية طلبة الماجستير في معهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر في مطلع تسعينات القرن الماضي مقال بيار بورديو المذكور أعلاه على طاولة التشريح في مقياس وسائل الإعلام والرأي العام، ونشرناه في المؤلف التالي:
نصر الدين لعياضي، مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1991
- ^v - Blondiaux L. Ce que les sondages font à l'opinion publique, *Politix*, vol. 10, 37, 1997/1, *Télévision et politique*, p. 117-136.
- ^{vi} - Herbert Blumer, «L'opinion publique d'après les enquêtes par sondages» [1948], in Padioleau (J. G.), dir., *L'opinion publique, examen critique, nouvelles directions*, Paris-La Haye, Mouton, 1981.
- ^{vii} - Lindsay Rodgers , *The Pollsters. Public Opinion, Politics and Democratic Leadership*, New York, Alfred Knopf, 1949
- ^{viii} - Beniger (James.), «The Impact of Polling on Public Opinion : Reconciling Foucault, Habermas and Bourdieu», *International Journal of Public Opinion Research*, 4 (3), 1992
- ^{ix} - Colin Lemoine : *De la tyrannie du sondage*, *Le monde du* 27.02.2013
- ^x - Idem

فهرس المحتويات

الصفحة	موضوع البحث	إعداد	
16 -13	الكلمة الافتتاحية الرأي العام وانزياح السؤال	أ.د- نصر الدين لعياضي جامعة الجزائر 03	
29 -17	التسويق الاتصالي للموروث الثقافي المادي واللامادي بشمال سطيف	أ.د/اليمين بودهان د/إيناس رغييس (جامعة قطر - سطيف 2)	01
44 -30	مشاركة المرأة في الحراك الشعبي العربي عبر الوسائط الرقمية من الفضاءات الهامشية إلى فضاءات التعبير البديلة	أ/ سلهى مساعدي أ/ عادل خالدي جامعة أم البواقي- باتنة (1)	02
60 -45	التدفق الاتصالي الصحي في الجزائر خلال جائحة كورونا: قراءة في مراحل تبني لقاح كوفيد19 من منظور انتشار المبتكرات.	أ/عبد المنعم رقاظ (جامعة مستغانم)	03
74 -61	مقاربة منهجية لإعداد مقياس تقييم جاهزية الصحة الإلكترونية في الدول النامية	د/ بن سعيد مراد- د/بخوش سامي د/ زقاغ عادل (مخبر الأمن في منطقة المتوسط- جامعة باتنة 1)	04
83 -75	التربية الإعلامية كآلية لمواجهة العنف عبر الميديا الجديدة استراتيجية بناء الوعي و آفاق التحصين	د/ عصام رزاق لبزة (جامعة الأغواط)	05
99 -84	أخلاقيات المهنة في الصحافة الرياضية بين الحقوق والواجبات	د/محمد بوراس/د.سميرة زعيمين أ. علال شريف حسن (جامعة الجزائر 03)	06
111 -100	صورة الذات على شبكة الانستغرام INSTAGRAM منظور تحليلي	د/وداد سميثي (جامعة قسنطينة 3)	07
145 -112	مصادقية المواقع الإلكترونية كمصدر للأخبار والمواضيع وعلاقتها بظاهرة العداة لوسائل الإعلام لدى الجمهور	د/هه زار محمد جلال (جامعة السلیمانیة التقنية- العراق)	08
169 -146	توظيف الأنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية الموجهة	أ/ عرين عمر الزعبي (جامعة عبد الملك السعدي- المغرب)	09

180 -170	الإعلام الإلكتروني في الجزائر بين راهن الإصدار وتجليات المضمون قراءة تحليلية في تجليات المرسوم التنفيذي 20-332	أ/ خليل بكوش (جامعة الجزائر 03)	10
194 -181	تمظهرات الثقافة الأسرية في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية	أ/ مراد شتوان أ/ هاجر بوعموشة (جامعة جيجل)	11
205 -195	وسائط الاتصال الحديثة وتشكل المعارف: قراءة في التوصيف والتوظيف	د/ الحسين شربالي د/ عطاء الله طريف (جامعة الأغواط)	12
215 -206	وسائط الاتصال الجديدة وتداعياتها على وسائل الإعلام القديمة: بين التكامل والتنافس	أ/ هالة دغمان د/ نورة خيري (جامعة سكيكدة-الجلفة)	13
226 -216	توظيف المنهج المقارن في الدراسات الإعلامية -قراءة في الأدبيات المتخصصة -	أ/ مروة حمزة (جامعة الأمير عبد القادر- قسنطينة)	14
245 -227	اعتماد الجمهور الأردني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول الشؤون الدولية	أ/ أسيل وليد أبو سليم (جامعة عبد الملك السعدي- المغرب)	15
263 -246	المشهد الثقافي والإعلامي في الفضائيات العربية: قراءة نقدية للتحديات والحلول	د/ لامية طالة (جامعة الجزائر 03)	16
286 -264	الأزمة المالية والإدارية في الصحافة السعودية وتأثيراتها على مستقبل الصحافة المطبوعة في المملكة: دراسة على القائم بالاتصال	د/ مجدي الداغر (جامعة المنصورة- مصر)	17
302-287	الصّحف في تونس: " لحظة الانتقال 2011/2010" قراءة سيميوية- سوسولوجية في افتتاحيات صحف تونسية	د/ قيس تريعة (تونس)	18