

العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني

دراسة ميدانية

The influencing factors formation of Yemeni public opinion Field Study

الباحث: وليد أحمد حسين القيداني

الملخص

خرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها: وجود مجموعة من العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام مرتبطة بعوامل دائمة (شخصية)، والبعض الآخر مرتبط بعوامل (اجتماعية)، فيما ترتبط عوامل أخرى بالعوامل (المؤقتة) وقد تفاوتت أهميتها وتأثيرها في تشكيل الرأي العام من وجهة نظر المجتمع اليمني، وقد تبين أن العوامل الثقافية والدين والانتماء الاجتماعي كعوامل اجتماعية تفاعلية كانت أكثر تأثيراً على الرأي العام، بينما وجد أن وسائل التواصل الاجتماعية وطبيعة الأحداث كعوامل أخرى مؤقتة تلعب دوراً هاماً ومؤثراً في إثارة الرأي العام، وأخيراً لوحظ أن للعوامل الديموغرافية كعوامل شخصية ثابتة دوراً فاعلاً في تحديد مسار الرأي العام اليمني.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، العوامل الشخصية، العوامل الاجتماعية، العوامل المؤقتة، المجتمع اليمني.

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني. وفي سبيل ذلك قام الباحث باستعراض الأدبيات والدراسات السابقة لاستخلاص مجموعة من العوامل التي قام على ضوئها ببناء أداة الدراسة (الاستبيان)، وقد استهدفت الدراسة المجتمع اليمني الساكن في أمانة العاصمة صنعاء.

استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما تكون مجتمع الدراسة من جميع القاطنين في أمانة العاصمة صنعاء الذين يتوزعون في 10 مديريات هي: (صنعاء القديمة، التحرير، الصافية، آزال، الوحدة، معين، الثورة، بني الحارث، السبعين، شعوب) وقد بلغت عينة الدراسة (400) مفردة موزعة على هذه المديرية وتم توزيع الاستبانة بنسب متساوية على كافة المديرية.

Abstract

This study aimed to identify the most important factors influencing the formation of the Yemeni public opinion. For that, the researcher reviewed the literature and previous studies to extract a set of factors in the light of which he built the study tool which was represented as the questionnaire, in

which it targeted the Yemeni community residing in the capital Sana'a.

The researcher used the descriptive approach, which the study population consisted of the all residents in the capital Sana'a, who are distributed in 10 districts (Old Sana'a, Al-Tahrir, Al-Safia, Azal, Al-Wahda, Bani Al-Harith, Al-Saba'een, Shu'ub). The study sample

amounted (400) individuals that were distributed among these directorates, and the questionnaires were distributed in equal proportions to all directorates. The study came out with the most important results that the researcher found that there are a set of factors; some of which were related to permanent (personal) factors, and others were related to (social) factors, while other factors were related to (temporary) factors, and their importance and influence in shaping public opinion varied from the point of view of Yemeni society. So that it was found that cultural

factors, religion and social affiliation as social factors were the most influential on public opinion, and it was found that the means of social communication and the nature of events as influencing external factors which play an important role in raising public opinion. Finally, it was found that demographic factors played the most affective role in determining the course of Yemeni public opinion.

Key words: public opinion, personal factors, social factors, temporary factors and Yemeni society.

المقدمة:

لا يوجد إجماع بين الباحثين على رؤية توضح -بشكل متماسك- ماهية العوامل المؤثرة في بناء الرأي العام. ذلك أن تشكيل الرأي العام تحكمه عوامل عديدة ومتنوعة ومتشابكة مع بعضها البعض. ولذا نجد أن أغلب الصعوبات التي تواجه الباحثين هي تحديد المؤثرات الحقيقية التي تشكل الرأي العام لأي مجتمع، ويعود ذلك إلى عدم القدرة على التمييز بين محددات تشكيل الرأي العام وبين الأدوات والوسائل التي تعمل على التأثير فيه، وأيضاً لأن عملية التأثير في الرأي العام تحتاج إلى عناصر أساسية مؤثرة في حد ذاتها على البنية الرئيسية لعملية التأثير.

ولأن كيسل Kessel اعتبر أن نموذج الرأي العام الذي يعتمد على العوامل الديموغرافية يعد نموذجاً ناقصاً فهو لا يستطيع أن يفسر لماذا يستجيب فردان بشكل مختلف لنفس البيئة⁽¹⁾. عمد الباحث إلى التعرض للجانب الذي يتمثل في عناصر التأثير التي يتلقاها الفرد أو الجماعة والتي تشكل الرأي العام كوسائل الإعلام والمجتمع والعوامل الشخصية إذ أن لها تأثير في صياغة رسائل مقبولة ومستوعبة وواضحة على الكيان المستهدف سواء أكانوا أفراداً أو جماعات بما في ذلك التغيرات التي قد تكرسها على شكل تفاوت تنشئة وقيم، سواء بالنسبة لعرقياته وتجمعاته الداخلية أو بالنسبة لثقافته المتنوعة. وعلى الرغم من أن عملية التأثير لها عوامل متعددة بعضها أولي وبعضها ثانوي، وبعضها ثابت وبعضها متغير إلا أن عملية التأثير إذا استوفت عناصرها يمكن توقعها وحسابها بشكل صحيح.

1. Kessel, J., Cognitive dimensions and political activity, public opinion quarterly, vol. 29, 1965, pp.377-389..

ومن البديهي أن معرفة العوامل المؤثرة على الرأي العام ليست ذات قواعد ثابتة في كل المجتمعات إذ أنها تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وخلفياته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية. لذلك تشير هذه الدراسة إلى أن هناك عدد من العوامل التي تشارك في بناء رأي جزئي للأفراد ومن ثم تنمو على شكل إدراك عام للمجتمع، لتصبح في مراحل متقدمة الرأي العام في ظاهرة أو قضية ما إما بصورة تلقائية أو بصورة متعمدة مبنية على الحقائق والتوعية أو بصورة مبنية على الإشاعات أو الخداع وفق ما هو معروف في طرق تشكيل الرأي العام.

وفي هذه الدراسة قد تم تقسيم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني إلى عوامل دائمة ترتبط بشخصية الأفراد، وعوامل تفاعلية ترتبط بالمجتمع كمحيط بيئي، وعوامل خارجية ترتبط بالقضية/ الحدث الذي يتم صياغة الرأي العام لأجله.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يلعب الرأي العام دورا مهما في تسيير الأحداث المجتمعية، وفي صياغة الموقف العام-سلبا أو إيجابا- تجاه أي قضية/ حدث ما؛ بل وله تأثير في إعادة تشكيل الرؤية السلطوية تجاه الأهميات والأولويات الحكومية. وما يثير الاهتمام العلمي للباحث هو معرفة سبب اختلاف درجة ونوع وحدة الاستجابة لقضية/ حدث ما من مجتمع إلى آخر، ومن هنا أدرك أنه يجب -ابتداءً- معرفة العوامل التي تؤثر تشكيل الرأي العام في المجتمعات. وارتباطا بذات السياق وفي إطاره، فإن تحديد مجموعة محددة من العوامل المؤثرة في الرأي العام يمكن اعتبارها معضلة أخرى تضاف لمشكلة الدراسة الحالية.

والمشكل هنا هو ارتباط الرأي العام بجوانب عميقة تتمثل في شخصية الفرد المتلقي لقضايا الرأي العام كما أن الفرد يتفاعل ويعيش في بيئة اجتماعية يصعب أن يعزل نفسه عن التأثير بها لذا نجد أيضا إن التفاعل مع قضايا الرأي العام يصبح لها مدخلان رئيسيان هما شخصية الفرد المتلقي وبيئته الاجتماعية وبالنظر إلى التقدم التقني والتكنولوجي في أساليب تلقي المعلومات والأحداث فإن هذا يضيف بعدا آخر كمدخل ثالث للتأثير في الرأي العام.

وفي بيئة هذه الدراسة نجد أن الرأي العام يعتبر أحد محددات تفكير الفرد اليمني تجاه القضايا والأحداث العامة والخاصة، بل وقد أثبتت الأحداث مؤخرا وجود استجابة عالية للمجتمع اليمني تجاه قضايا الرأي العام والتي أضحت وبلا شك عاملا مهما في تحديد توجهه العام؛ ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تحاول تحديد العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني من خلال معرفة تأثير العوامل الثابتة التي ترتبط بالشخصية، وأيضا العوامل الاجتماعية التي ترتبط بالمجتمع، وأخيرا العوامل المؤقتة التي تؤثر على الرأي العام من خلال الأدوات التي ترتبط بالقضية/ الحدث الذي يتم صياغة الرأي العام لأجله.

ولهدف الوصول إلى نتائج سليمة عبر دراسة ما سبق بالموضوعية العلمية وبالتحقق العملي الميداني لمعرفة أهم هذه العوامل ودورها في تشكيل الرأي العام اليمني، تحددت مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما العوامل الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام اليمني تجاه القضايا والأحداث المجتمعية؟ وللإجابة على هذا التساؤل تثير هذه الدراسة ثلاثة تساؤلات فرعية بحسب مقتضيات المشكلة البحثية على النحو التالي:

- ما تأثير العوامل الاجتماعية في تشكيل الرأي العام اليمني تجاه القضايا والأحداث المجتمعية؟
- ما تأثير العوامل المؤقتة في تشكيل الرأي العام اليمني تجاه القضايا والأحداث المجتمعية؟
- هل للعوامل الشخصية تأثير على مسار العوامل الاجتماعية ومسار العوامل الأخرى المؤقتة عند تشكيل الرأي العام تجاه القضايا والأحداث المجتمعية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في محاولتها تأصيل مجموعة من العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام بشكل عام والتي يمكن أن تسهم في تحديد إطاراً نظرياً يمكن الباحثين من الانطلاق من خلاله عند دراسة تشكّل الرأي العام في المجتمعات. كما يمكن تحديد الأهمية العملية لهذه الدراسة في محاولتها معرفة أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني تطبيقياً من خلال تحديد العوامل الأكثر تأثيراً للرأي العام اليمني والتي يبني عليها الفرد مواقفه وتحدد فيها اتجاهاته نحو قضايا الرأي العام حيال الأحداث من جهة، ومن جهة أخرى في معرفة تأثيرات بيئته الاجتماعية على توجهاته نحو قضايا الرأي العام، ومن جهة ثالثة في تطرقها لأهم العوامل والوسائل المؤثرة في تشكيل وتحديد مسار الرأي العام تجاه القضايا والأحداث، وهذا بدوره يساعد في التركيز على أكثر العوامل تأثيراً لتحديد مسار القضايا والأحداث في المجتمع اليمني.

أهداف الدراسة:

1. تحديد مجموعة من العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام بشكل عام.
2. التعرف على أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني.

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، الذي يهدف إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونه ورصد أبعاد ومعايير الموضوع المدروس لمحاولة تقديم صورة توضيحية عبر وصف دقيق لمشكلة الدراسة عبر جمع المعلومات والأوصاف الدقيقة عنها ضمن فترة زمنية محددة والاستفادة من مميزات هذا المنهج في أمداد الباحث بالمعلومات والبيانات الأساسية التي ترسم صورة عامة للمشكلة.

ويحقق المنهج للباحث القدرة على وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها كميًا، عبر تطبيق أداة هذا المنهج المتمثلة بالاستبانة (2).

كما تم استخدام هذا المنهج للمساهمة في تحليل الدراسة، وتحليل وجمع المعلومات، وكذلك تحليل النتائج، الأمر الذي سيمكنه من الوقوف على مقدار ما تمثله هذه الظاهرة من الناحية التطبيقية.

حدود الدراسة:

- الحدود الزمنية: تتحدد الحدود الزمنية لهذا الدراسة خلال فترة من شهر 2020/10 وحتى شهر 1/2021.
- الحدود المكانية: أمانة العاصمة صنعاء. (3).
- الحدود الموضوعية: تتحدد حدود هذه العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني وتجريدا فإن الباحث يحددها في:
- 1-العوامل الشخصية: الديموغرافية (النوع الاجتماعي " ذكر-أنثى"، العمر، مستوى الدخل، المستوى التعليمي).
- 2-وفي العوامل الاجتماعية المرتبطة بالبيئة الاجتماعية والسياسية، والمرتبطة بالتنشئة الحضرية أو الريفية (محل الميلاد والعادات والتقاليد) وعامل الدين.
- 3-العوامل الأخرى الموقفة المرتبطة بنوع القضايا وطبيعة الأحداث وتأثير قيادات الرأي العام الاجتماعية والسياسية والمرتبطة بنوع ووسائل الاتصال.

مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة وفقاً لمقتضيات تطبيق أداة الدراسة، في كافة القاطنين في أمانة العاصمة صنعاء (4) بكل شرائحهم وفئاتهم ونوعهم الاجتماعي.

2. صالح بن محمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1995، ص 190 .
3. تم تحديد أمانة العاصمة لأنها نقطة التقاء لجميع أبناء المحافظات والمديريات والقرى اليمنية. كما يوجد فيها تداخل حضري / ريفي نظراً لوجود مناطق ريفية متداخلة مع الأماكن الحضرية. وجود و توفر الإمكانات والخدمات الحديثة بما في ذلك انتشار مقاهي الإنترنت، كما تعتبر مركز رئيسياً لأغلب مكاتب الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ، وأخيراً إمكانية تطبيق الدراسة على الذكور والإناث في أمانة العاصمة أسهل بكثير من خارجها، نظراً لوجود عملية اختلاط بين الجنسين بشكل أكبر في العمل والجامعات وغيره.
4. تنقسم أمانة العاصمة إلى عشر مديريات هي: مديرية صنعاء القديمة، مديرية الوحدة، مديرية الصافية، مديرية السبعين، مديرية التحرير، مديرية الثورة، مديرية أزال، مديرية بني الحارث، مديرية شعوب، مديرية معين أنظر:

تم تحديد عينة الدراسة من 400 فرد⁽⁵⁾ تم اختيارهم من العشر مديريات التي تتكون منها أمانة العاصمة وقد تم تحديدها بواقع 40 مفردة لكل مديرية من مديريات أمانة العاصمة.

أدوات الدراسة:

أعتمد الباحث في هذه الدراسة على أداء استمارة الاستبيان التي وجهت إلى جمهور عام من أمانة العاصمة صنعاء وقد تم إخضاع بناءها للإجراءات العلمية والأكاديمية كما تم تحليلها عبر استخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) الإصدار 23 (أنظر الجانب الميداني لهذه الدراسة).

الدراسات السابقة:

تناول الباحث في هذه الدراسة بعض من الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة، وذلك للوقوف على أهم الموضوعات التي تناولتها، وبشكل يمكنه من الانطلاق من النتائج التي توصلت إليها دراسات الباحثين الذين سبقوه، وبغرض التعرف على الأساليب والإجراءات التي تبنتها، مما يمهد للباحث تحديد مدى الإسهامات التي يمكن أن تشكلها لموضوع البحث.

الجمهورية اليمنية ، وزرة التخطيط والتعاون الدولي – الجهاز المركزي للإحصاء ، كتاب الإحصاء السنوي 2008م ، يوليو 2009م ، ص30.

5. في مسألة تحديد حجم عينة الدراسة إحصائياً، هناك الكثير من المعادلات والطرق الإحصائية التي تحدد حجم العينة، بتطبيق معادلات اختيار العينة المختلفة كما في معادلة معادلة تامبسون (Thompson) التي تكون على النحو التالي:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[(N-1) \times (d^2 \div z^2) + p(1-p)]}$$

(حيث أن: n = حجم العينة، و d = نسبة الخطأ "0.05" و p = نسبة توافر

الخاصية والمحايدة ، و Z = الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الثقة "0.95%" وتساوي (1.96) ، N = الحجم الكلي للمجتمع ، وبالتالي فإن العينة لأكثر من 30.000 تساوي 384 مفردة. كما أن هناك معادلة أخرى تعطي أيضاً نسبة متقاربة لحجم العينة فوفقاً للمعادلة التي أوردتها إسماعيل والمتمثلة في:

$$n = \frac{N}{(N-1)(B)^2 + 1}$$

حيث n = حجم العينة ، و N = مجتمع البحث، و B = معامل الثقة للبحث ، وباستخدام

معامل ثقة 0.05 فإن مجتمع البحث لعينة تفوق 30.000 مفردة = 395 مفردة. وهناك الكثير من المعادلات حول ذلك ومن هنا فإن جميع المعادلات الإحصائية لاختيار العينة أجمعت أن العينة المناسبة لأي مجتمع يفوق 30.000، تكون غالباً ما بين 384 و 395 مفردة وهو ما قام الباحث باعتماده وتطبيقه في دراسته هذه والتي كانت 400 مفردة. للمزيد من المعلومات حول مجتمع الدراسة والعينة انظر :

- Roscoe, J.T. : Fundamental Research Statistics for the behavior sciences. New York : Holt, Rinehart and Winston. (2nd ed.)1975.

- Uma Sekaran & Roger Bougie, Research Methods For Business, A skill Building Approach, 5th Ed. USA: Wiley 2010,

- صابر محمد إسماعيل، محددات الرضا الوظيفي لدى العاملين في القطاعين الحكومي والخاص في مصر، المجلة العلمية لكلية التجارة (فرع جامعة الأزهر للبنات) العدد 17، 2000، ص 207.

دراسة فرح عبدالله فتفت " دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات اللبنانية" 2017⁽⁶⁾: - هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي، ومعرفة إلى أي حد تؤثر شبكات الإعلام الجديد على الشباب في مشاركتهم في القضايا المجتمعية والسياسية، استخدم في هذه الدراسة منهج المسح بطريقة العينة العمدية عبر أداة الاستبيان، فقد كانت عينة الدراسة مكونة من طلبة أربع جامعات خاصة و الجامعة اللبنانية الرسمية، بلغت حجم عينة الدراسة 400 مفردة وزعت بشكل متساو بين الجامعات.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: بلوغ مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بين 3 إلى 5 ساعات أو أكثر باليوم، وأن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعية أثر على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، وبينت الدراسة أن غرض استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء والأقارب، ومن ثم للتسليّة والترفيه، وكذلك للتعبير عن الآراء والأفكار بحرية والتفاعل والمشاركة الفورية، والتداول للمواضيع الاجتماعية، كما بينت النتائج إن أفراد العينة يثقون إلى حد ما بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي حيث أخذت اهتماماتهم بالقضايا المحلية بالمرتبة الأولى يليها القضايا الإقليمية ومن ثم الدولية، وبينت الدراسة أن الرأي العام يتأثر بالقضايا والاحداث من خلال المشاركات المتنوعة على صفحات التواصل الاجتماعي وأن أكثر مصدر معلومات للفئة المستهدفة هي مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة أثناء حدوث أزمات في المجتمع.

دراسة محمد إبراهيم " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية " 2016⁽⁷⁾: - هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، حيث استخدم الباحثان المنهج الوصفي. وقد تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية النظامية في قطاع غزة وهي (الأقصى، الإسلامية، الأزهر)، وقد تم اختيار عينة عشوائية عددها (400) مبحوثاً ليخضعوا للدراسة. فأظهرت نتائج الدراسة ما يلي: 1. ما نسبته (95.25%) من عينة الدراسة يمتلكون حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي وأن موقع الفيس بوك أكثرها استخداماً بما نسبته (98.20%). تداول الحقوق السياسية الفلسطينية عبر مواقع التواصل كان منخفضاً وليس كافياً، بحيث كان الوزن النسبي لتداول الحقوق السياسية الفلسطينية على مواقع التواصل (51.7%)، وأن الاهتمام بدعم الحقوق السياسية الفلسطينية من قبل المبحوثين كان كبيراً بحيث كان الوزن النسبي (66.4%). 3. مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً

6. فرح عبدالله فتفت، دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات اللبنانية، بيروت، جامعة الشرق

الأوسط، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، 2017 .

7. محمد إبراهيم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، فلسطين، الجامعة الإسلامية - غزة ، 2016 .

إيجابياً كبيراً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني بما نسبته (73.20%). 4. الرأي العام يتأثر بقضية ما من خلال كثافة تداولها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي (75.10%) من المبحوثين.

دراسة دانا عماد فرحات" دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية " 2015⁽⁸⁾:- هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الفضائيات اللبنانية عند تشكيل اتجاهات الجمهور اللبناني نحو قضيه الطائفية من وجهة نظر الجمهور اللبناني نفسه، من خلال بيان الفروق- الدالة إحصائياً- على عدد من المتغيرات وهي الانتماء الديني والنوع الاجتماعي ومستوى التعليم ومتغير العمر.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي ساعية من خلاله إلى وصف واقع الفضائيات اللبنانية وما تبثه وربط ذلك بظاهرة الطائفية، تكونت عينة الدراسة من 360 مفردة من مختلف المناطق والطوائف الذين يتعرضون بشكل يومي للفضائيات اللبنانية وتم اختيار العينة باستخدام الطريقة العشوائية.

وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج من أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات اللبنانية في تشكيل الرأي العام اللبناني نحو الطائفية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي والعمر والمستوى التعليمي، كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية تعزى إلى الانتماء الطائفي لكيف تفهم الطائفية، أخذت أعلى تكرار بموافق بشدة لكيف تفهم الطائفية للمغالاة في حب المذهب، أخذت أعلى تكرار بموافق بشدة للاتجاهات لعبارة مقاضاة القنوات التي تثير النعرات الطائفية.

مصطلحات الدراسة:

الرأي العام: هو خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية التي قد تكون اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو فنية او غيرها من القضايا، تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثار حولها الجدل فالرأي العام يعتبر أجماعاً لآراء الأفراد حول قضية/حدث/ موضوع ما، ويكون

8. دانا عماد محمد فرحات، دور الفضائيات اللبنانية في تشكل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية، بيروت، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، 2015.

لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به ، كما أنه قد يكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي أو دولي⁽⁹⁾.

العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

العوامل الشخصية: هي تلك العوامل التي ترتبط بالفرد بشكل مباشر والتي يكتسبها منذ ولادته إلى حين وفاته وتتمثل في مبادئه وقيمه واتجاهاته الشخصية والتي تساعده في تحديد نوع المعلومات التي يتقبلها ويبني عليها رأيه العام حول أي قضية أو حدث، مثل العوامل الديموغرافية السن والنوع الاجتماعي والمستوى التعليمي والدخل أو المنطقة الجغرافية وغيرها.

العوامل الاجتماعية: هي تلك العوامل المؤثرة التي ترتبط بالبيئة المحيطة بالفرد والتي ينتمي إليها ويبني عليها معلوماته عن القضايا والاحداث كالمحيط الاسري والاصدقاء وزملاء العمل/ المدرسة أو الجماعات أو المشايخ والاعيان وكافة العوامل التي يتأثر بها الفرد نتيجة ارتباطه بها وفقا للمعتقدات الدينية أو العادات والتقاليد الاجتماعية لبيئته.

عوامل أخرى مؤقتة: هي العوامل غير الدائمة التي يأخذ منها الفرد معلوماته عن القضايا والاحداث بشكل مباشر أو غير مباشر قد يكون نتيجة طبيعة الأحداث والقضايا أو نتيجة التأثير بقيادة الرأي العام أو النظام السياسي أو قد يكون نتيجة ربط القضايا والاحداث بالمصلحة الخاصة أو العامة كما قد يأخذ الفرد هذه المعلومات من الوسائل الإعلام الجماهيري مثل وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والواتس آب.. الخ أو عبر الوسائل الإعلام مثل التلفزيون والإذاعة وغيرها وكل هذه العوامل تساعد في التأثير على رأي الفرد وتفاعله تجاه القضايا والاحداث المحيطة به.

9. سمير محمد حسين ، الرأي العام: الاسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1997، ص 29 .

الإطار النظري

أولاً: الرأي العام

تمهيد:

يلعب الرأي العام دوراً هاماً في تحديد مسار واتجاهات القضايا والاحداث التي تهم المجتمع، أذ يعتبر الرأي العام قوة كامنة بمجرد تحريكه أو استثارته يمكنه أن يغير الكثير على أرض الواقع نحو القضايا أو الاحداث، وهناك العديد من العوامل المؤثرة التي تتدخل في تشكيل الرأي العام، ومن هنا يمكن أن نسلط الضوء في هذه الدراسة إلى أهم وأكثر إلى العوامل تأثيراً في تشكل الرأي العام.

1- الرأي العام (مفهومة وتقسيماته):

يعتبر الرأي العام ظاهرة من مظاهر السلوك الجمعي إذ يعتبر ظاهرة قديمة قدم الحضارة الإنسانية، وعلى الرغم من أن المصطلح ظهر حديثاً مع قيام الثورة الفرنسية إلا أنه لا يزال من المصطلحات التي يصعب على الباحثين تحديدها تحديداً دقيقاً، وذلك لارتباطه كظاهرة بالافراد والجماعات والمجتمع والقضايا والاحداث المختلفة⁽¹⁰⁾، وقد زاد الاهتمام بالرأي العام في العصر الحديث وتطور كثيراً، خصوصاً في ظل التطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصال وتبادل المعلومات⁽¹¹⁾. والرأي العام يعد موجهاً سلوكياً للمجتمعات على مختلف انواعها ويكاد يكون سمة جمعية مشتركة في كل دول العالم من حيث وجوده وإن اختلفت محركاته وغاياته وتفاعلاته

مفهوم الرأي العام:

هو اتجاه وموقف الفرد نحو القضايا والاحداث الداخلية أو الخارجية فالرأي يعرف بأنه الاعتقاد والعقل والتدبير والتأمل⁽¹²⁾، اما كلمة عام هي عكس الخاص وهي كل المسائل التي يشترك فيها كل أو أغلب الافراد. وقد عرفه هيربرت بلومر وهو من أوائل علماء الاجتماع الذين وضعوا مفهوم الرأي العام على أنه " ناتج التفاعل الذي يحدث بين جماعات مختلفة في سياق اجتماعي أو سياسي، وليس بالضرورة أن يكون رأي الأغلبية، او رأي شائع بين الافراد. ففي كثيراً من الاحيان نرى أن بعض جماعات الأقلية قد تمارس تأثيراً أقوى بكثير في تشكيل الرأي العام والتعبير عنه.⁽¹³⁾

10. عبدالكريم علي الدبيسي، الرأي العام - عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص10.

11. محمد حجاب، أساسيات الرأي العام، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص30

12. المنجد في اللغة العربية والإعلام، مطبوعات دار المشرق، بيروت، ط33، 1992، ص243

13. جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2004.

تقسيم الرأي العام:

هناك العديد من التقسيمات المتنوعة والمتداخلة للرأي العام، وتلك التقسيمات تبين وتوضح المناطق المختلفة التي ينتج عنها الرأي العام وهنا سيتم التطرق إلى أهم تلك التقسيمات وهي كالتالي:

1. تقسيم الرأي العام حسب التواجد: (14)

وقد قسم إلى نوعين هما:

الرأي العام الموجود بالفعل: وهو الرأي العام المتكون والموجود على أرض الواقع، نتيجة بعض المسببات والأحداث المختلفة وتظهر آثاره في المناقشات والتعليقات.

الرأي العام المتوقع وجوده: هو الرأي العام الغير موجود فعلياً على أرض الواقع، ولكن قد يتوقع حدوثه وتكونه نتيجة بعض الأسباب والأحداث والمشاكل، ففي هذه النوع تقوم مراكز البحوث المتخصصة بالدراسة والتنبؤ باتجاه الرأي العام للمجتمع، فمثلاً عند تفكير إحدى الحكومات بإصدار قانون يضييق على الحريات بكافة أشكالها، فإن مراكز بحوث الرأي العام تستطيع التنبؤ بالرأي العام المتوقع عند إصدار هذا القانون، ويتم ذلك بالاعتماد على بيانات مسبقاً ودراسات متعددة.

2. تقسيم الرأي العام حسب الزمن: (15)

قسم الرأي العام الزمني إلى ثلاثة أنواع كالتالي:

الرأي العام الدائم: هو الرأي العام الذي يتسم بالثبات والذي يدوم لفترة طويلة، وهذا الرأي يقوم على أسس حضارية وقومية، ويتصف بالاستقرار.

الرأي العام المؤقت: ينشأ هذا الرأي العام نتيجة حادث عرضي، يزول هذه الرأي بزوال المشكلة أو الحدث.

الرأي العام اليومي: يتأثر ويتكون هذا الرأي بالحوادث اليومية ومجريات الأمور، وهذا النوع يمثل باستمرار حركة الرأي العام لدى الشعوب، وتحركه وسائل الإعلام والشائعات والمصالح المباشرة للمواطنين.

14. فراس عبدالله صليح، الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار وعملية صنع القرار السياسي الفلسطيني (1993، 2006)، فلسطين، جامعة النجاح الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، 2009، ص29

15. صبحي عسيلة، الرأي العام، مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، السنة الثانية، العدد23، نوفمبر2006، ص28

3. تقسيم الرأي العام حسب مدى تأثيره بوسائل الاتصال: (16)

يتمثل هذا التقسيم في الصورة التالية:

الرأي العام القائد: ويمثل قادة الرأي العام، وهم مجموعة من الافراد التي تستطيع فهم حقائق الأمور وتفسيرها للناس، قد لا تتأثر هذه المجموعة بوسائل الإعلام المختلفة بل تؤثر هي في تلك الوسائل بأرائها وأفكارها.

الرأي العام المثقف: ويمثل جماعة في مركز وسط بين قادة الرأي العام والأكثرية الساحقة التي تصدق كل ما تذكره وسائل الإعلام، فالرأي العام المثقف يتأثر بوسائل الإعلام وقد يؤثر فيها بالقدر المحدود، وقد تتفاوت نسبة هذا النوع من الرأي العام في كل أمة تبعاً لدرجة حضارتها.

الرأي العام التابع: ويمثل غالبية الأفراد في معظم الدول وهذا النوع من الرأي لا يهتم بالمسائل العامة إلى عند الانتخابات، كما أنه يصدق كل ما يقال في وسائل الإعلام المختلفة، ويتأثر بكل ما يُنشر دون أن يحاول تفسيره أو تعليل الأحداث.

4. تقسيم الرأي العام حسب الظهور: (17)

ويندرج تحت هذا التقسيم نوعان أساسيان للرأي العام وهما كالتالي:

الرأي العام الظاهر: هو الرأي العام الذي يعبر ويفصح عنه الأفراد بحرية وبدون عواقب، يظهر هذا النوع من الرأي العام في المجتمعات التي تتمتع بنوع من الحرية والتعبير في الرأي وهي المجتمعات الديمقراطية.

الرأي العام الكامن: هو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه نتيجة الخوف من عواقب الافصاح عنه، يظهر هذا النوع من الرأي العام في المجتمعات التي تتسم بالطابع التسلسلي الديكتاتورية، أو في المجتمعات الشيوعية، التي تصادر حرية الرأي العام.

كما يوجد العديد من التقسيمات المتنوعة الأخرى للرأي العام التي تتبع اتجاهات وميول اصحاب هذه التقسيمات والتفرعات ومن هذه التقسيمات، تقسيم حسب قوة التأثير و تقسيم حسب معيار نوع

16. بطرس حلاق، الإجازة في الإعلام والاتصال BMC - الرأي العام وطرق قياسه، سوريا، الجامعة الافتراضية السورية،

2020، ص 53

17. دانا عماد محمد فرحات، مرجع سابق، ص 36

الرأي والتقسيم الكمي والتقسيم حسب درجة الحركة، والتقسيم المكاني، وغيرها من التقسيمات الأخرى.

ثانياً: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

هناك عوامل متنوعة تلعب دوراً كبيراً في تكوين وتشكيل الرأي العام، وهذه العوامل تساعد في تحديد مسار القضايا والاحداث ولعل من أهمها العوامل الشخصية والاجتماعية وأخرى مؤقتة وفي هذه الدراسة سيتم التطرق لها كالتالي:

أولاً:- عوامل شخصية وطبيعية وظيفية (الدائمة) .

1- العوامل الديموغرافية: هناك عدة عوامل ديموغرافية تؤثر على سلوك المرء وآرائه، من أهم تلك العوامل هي طبيعة النوع الاجتماعي (ذكر-أنثى)، العمر، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل. فعلى مستوى النوع الاجتماعي أظهرت بعض الدراسات أن الإناث أكثر اهتماماً بالمشاكل الشخصية والعائلية بينما اهتم الذكور بالمشاكل المادية. (18) وأوضحت كثير من الاختبارات السيكلوجية ميل الذكور إلى الاعتداء وإلى بذل النشاط الحركي والجهد وميل الإناث نحو الأمور الاجتماعية مثل الاهتمام بالغير والاهتمام بالمظهر، والظهور في المجتمعات، والكياسة في أسلوب المعاملة، وشيء من الغيرة، والقلق والخوف من الوحدة، ووجد أن هناك ميلاً ضعيفاً عند الإناث لأن يكن أكثر تعاوناً مع الغير كما أنهم أكثر مثابرة على ما يقمن به وظهر عندهن فرق ذو دلالة إحصائية قوية على أنهن أسهل ردعاً من الذكور (19) ويمكن القول أن المرأة أكثر طاعة للأوامر، وأكثر اجتماعية في أداء العمل عن الرجل بينما الرجل أكثر موضوعية (20) كما وجد أن الذكور أكثر ثباتاً من الإناث وأقل تعرضاً للعصاب وأكثر اعتماداً على أنفسهم وأكثر ثقة في أنفسهم وأقل انطواء وأكثر سيطرة (21).

وقد تؤثر هذه العوامل أو المتغيرات السلوكية مثل قيم الفرد واتجاهاته وإدراكه وشخصيته ونزوعه للمخاطر ودوافعه (22)، والفروق التي تميزت بها الإناث عن الذكور تؤثر حتماً على تشكل

18. Florian. V. The Impact of social Environment and sex on in Adolescent Social Values, 1983, P.P. 281-286..

19. جيلفورد، ج.ب وآخرون، ميادين علم النفس النظرية والتطبيقية، ترجمة، زكي، احمد صالح، وآخرون، القاهرة - نيويورك، دار المعرفة بمصر، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، الطبعة الثانية، 1969م، ص608.

20. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الإسكندرية، مركز التنمية الإدارية / كلية التجارية / جامعة الإسكندرية، ط6، 1997م، ص202.

21. جيلفورد، مرجع سابق، ص607.

22. حسين حريم، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد في المنظمات، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 1997م، ص313.

الرأي العام لديها فحين يتم استقبال الحدث أو القضية فإن على المرأة أن تصدر أحكاماً قيمة فيما يتعلق بوضع الأولويات وتحديد الأولويات ولا شك أن تلك القيم تختلف عند الإناث عنها لدى الذكور بسبب عدة عوامل تؤثر في شخصياتهن وخلفياتهن الأسرية والثقافية والدينية والاجتماعية (23)، ومما سبق ذكره يتضح لنا أن هناك فروقاً بين الذكور والإناث ولا شك من أن هذه الفروق تؤثر حتماً على التأثر بالرأي العام وتقبله.

ويلعب العمر دوراً مهماً في تشكل الرأي العام فقد أشارت العديد من الدراسات إلى اختلاف الرأي العام عند الأفراد المتقدمين بالعمر عن الشباب، فكبار السن يميلون أكثر نحو المواقف المحافظة، أما الشباب فينجذبون أكثر إلى الحراك الاجتماعي والمواقف الحماسية حال الحركات الطلابية التي اجتاحت معظم دول العالم في السنوات الأخيرة واندفاعهم في سن المراهقة. كما أكدت دراسات أن المجموعات التي تصوت لليسار تتراوح أعمارها بين العشرين والأربعين سنة، في حين تكون الجماعات المصوته لصالح اليمين هي من تعدت هذا السن. (24) وقد أكدت دراسة رادكويوز Radkiewicz حقيقة أن النزعة العرقية الإثنية وزيادة الأنومي (اللامعيارية) (25) والاعتراب كأمر شائعة لدى كبار السن (26)

ويلعب مستوى دخل الفرد دوراً في التأثير على الرأي العام فمثلاً مستوى دخل الطبقة الوسطى أو المتوسطة تختلف عن تلك التي تميز الطبقة العمالية الكادحة، فالمستوى الاقتصادي والثقافي والاجتماعي في الطبقة الوسطى أعلى مما هو عليه في الطبقة العمالية الكادحة وهذا ما يجعل أفراد الطبقتين يختلفون في آرائهم وتوجهاتهم. (27) والذي ينعكس بدوره على تعاملهم تجاه قضايا أو أحداث معينة دون أخرى. كما وجد أن الوضع الاقتصادي المرتفع يزيد من درجة المشاركة السياسية للمواطنين طبقاً لمختلف الحركات (28) وهذا يؤكد أن درجة المشاركة في التفاعل مع أحداث الرأي العام تختلف بحسب نوع القضايا السياسية كانت أو اجتماعية وفقاً للوضع الاقتصادي للمتعلقين أو المتفاعلين في

23. ناصر محمد العديلي، السلوك الإنساني والتنظيمي "منظور كلي مقارن، السعودية، معهد الإدارة العامة للبحوث، 1995م، ص485.

24. صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، دار الكتب جامعة بغداد، 1991، ص 191 - 192.

25. هي حالة الفوضى وانعدام الأمن وفقدان المعايير التي تحقق الانضباط في المجتمع: أنظر: أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1982، ص20.

26. Radkiewicz, Piotr., Several reasons why social anomie and political alienation may influence ethnocentric attitudes. The compensating role of authoritarian-paranoid beliefs, Polish Psychological Bulletin, Vol 38(1), 2007, pp 5-14.

27. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، الموصل، جامعة الموصل، 1984، ص111.

28. Huntington, S. & Weiner, M. (eds), Understanding political development, Boston: little brown and company, 1987, pp.125-126.

المجتمع. وأشارت إحدى الدراسات أن تفاعل الفقر والحاجة مع بعض المشاعر السياسية يؤدي إلى تنامي العنف المبني على أساس عرقي ويؤدي إلى ظهور جماعات عرقية أو طائفية كجماعات ثورية تحريضية تجاه الأوضاع السياسية⁽²⁹⁾. ومن هنا ندرك أن مستوى الدخل يلعب دوراً مهماً في تشكيل وتكوين الرأي العام في المجتمعات بل وفي تحديد نوعه أيضاً.

وفيما يتعلق بتأثير المستوى التعليمي على رأي الفرد كنواة للمجتمع الذي يتبلور فيه الرأي العام ويعتبر أحد أهم الركائز التي يستند إليها تشكل الرأي العام. ولأن التعليم يوثق جذور الحضارة ويفرس المفاهيم والمبادئ التي تضيف في خبرات ومعلومات الفرد⁽³⁰⁾. نجد أن علماء التربية يتفقون على أن التعليم الفعال يؤدي إلى الاستبصار والاستبصار يؤدي إلى تغيير الاتجاهات⁽³¹⁾ ولكون الاتجاهات تيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة بشيء من الاتساق والتوحيد دون تردد وتفكير⁽³²⁾ فإن التعليم كحصيلة نهائية يؤثر على تكون وتشكل الرأي العام. وفي هذا الصدد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت بهذا الخصوص إلى أن المستوى التعليمي يلعب دوراً مؤثراً جداً في تشكيل الرأي العام بل ويوجهه بالاتجاه المطلوب، فكلما أعطيت الشعوب فرصة في التعليم كان الرأي العام أكثر نضجاً وواقعية.⁽³³⁾

ويؤثر التعليم بشكل عميق على مستوى النوع الاجتماعي فقد ثبت من خلال الدراسات التي تقيس مقدار الذكورة والأنوثة أن النساء المتعلّقات تعليماً عالياً ولهن ثقافة متسعة يحصلن على درجات في هذه المقاييس أعلى من متوسط ما تحصل عليه النساء بشكل عام وكأنهن بذلك يقترين من الذكورة وكذلك أتضح أن الرجال المتعلمين والمتقنين الذين تمكنوا من تنمية ميولهم في النواحي المهنية والثقافية والفنية من أي نوع يحصلون على درجات عالية بعيدة عن المتوسط العام للذكورة، وبذلك يقتربون من القيم والاتجاهات الأنثوية ومعنى ذلك أن التعليم والخبرات تقرب بين وجهات النظر عند النوعين وتقلل

29. Dept , Rasheed Adenrele, Boko Haram insurgency in Nigeria as a symptom of poverty and political alienation, Journal Of Humanities And Social Science . Volume 3, Issue 5, 2012..

30. عبد الحافظ محمد سلامة، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2001م، ص 80، 81.

31. محمد محمد الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، 2000م، ص 77.

32. سامي محمد ملحم ، سيكولوجية التعلم والتعليم ، الأسس النظرية والتطبيقية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الأولى، 2001م، ص 163.

33. زياد طارق عبد الرزاق، اتجاهات الرأي العام العراقي بعد يوم 9/4/2003، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، بغداد المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية، الجامعة المستنصرية، 2005، ص 40.

من الفروق بين الجنسين⁽³⁴⁾ ومن هنا ندرك أن التعليم يقرب من ميول واتجاهات الذكور والإناث وبما يحقق استجابة متشابهة تجاه قضايا وأحداث الرأي العام.

2- شخصية الفرد: من المسلم به أن لكل شخصية سماتها وخصائصها التي تميزها عن غيرها من الشخصيات، وبالتالي تؤثر السمات والخصائص في السلوك والآراء، فيؤثر العامل النفسي والشخصي في تشكيل الرأي العام عبر حقيقة أن أفراد المجتمع من حيث طبيعتهم لا يتساوون مع بعضهم في كل شيء، فالبعض يوصف بأنه (شرقي) للدلالة على اتجاه المحافظ الراض للتغيير أحياناً، والآخر يوصف على أنه (غربي) متأثر بالفكر الغربي ويقبل التغيير وفق النمط الغربي⁽³⁵⁾.^(٤) و يقول أفلاطون (ليس كل عالم قادر على بلوغ الخير لأن ثمة فروقاً طبيعية بين الناس وان هذا الفرق ليس فرقاً بالدرجة وحسب).

كما أن الشخصية عامل هام بل وحاسم في استيعابها وتحليلها للأحداث والأشياء المحيطة بها، وبنائها الخاصة، فهي التي تصوغ وتعين الاتجاهات السياسية، من حيث الاهتمام أو عدم الإكترتات بالسياسة، فضلاً عن أثر الانتماءات الحزبية والنهج العقائدي في التفكير والتعامل مع الآخرين، وهي التي تجعل الأفراد يندمجون بدرجات متباينة من النجاح، حسب الميادين التي يجري فيها التفاعل الاجتماعي الذي يعيش فيه هؤلاء الأفراد -الأحزاب- الحركات السياسية، فضلاً عن إن الشخصية هي الأساس الذي ينشأ عنه الانحرافات والارتدادات السياسية.⁽³⁶⁾

ويؤكد جونج (Jung) في نظريته أن الفروق الرئيسية بين الأفراد ترجع أصلاً لفروق في عمليات الإدراك ومن ثم الحكم على أساس تلك العمليات الإدراكية⁽³⁷⁾ ويزداد إدراك الفرد بازدياد ذكائه حيث تزداد قدرته على إدراك الأشياء أقرب إلى صورتها الحقيقية، وثبت أن الأفراد ذوي القدرات العقلية المنخفضة يسهل عليهم تبديل أفكارهم ومعتقداتهم ويقبلون أي معلومات جديدة دون فحص أو تحقيق، في حين أن الأفراد ذوي القدرات الذهنية العالية يستطيعون إجراء عمليات إعادة تنظيم سليم لأفكارهم ومعتقداتهم⁽³⁸⁾.

34. جيلفورد، مرجع سابق، ص610.

35. عدي إبراهيم المناوي، العوامل المؤثرة في الرأي العام، بحث منشور في الانترنت، 2018م، ص5.

36. صادق الأسود، تأثير تكوين الشخصية على السلوك السياسي، مجلة العلوم السياسية، السنة الثالثة، العدد7، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، حزيران/ 1990م، ص86.

37. أحمد سيد مصطفى، إدارة السلوك التنظيمي : رؤية معاصرة ، مصر، جامعة بنها، 2000م، ص216.

38. مهدي زويلف، علي العضيلة، إدارة المنظمة نظريات وسلوك، عمان، مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1996م، ص192-193.

3- العامل الجغرافي: تؤثر طبيعة ونوع المكان الذي ينتمي/ يعيش فيه الفرد في تشكيل الرأي العام، وذلك من خلال التأثير الجغرافيا في حركة المجتمع، فمثلا مناخ كل منطقة جغرافية يُسبغ طبيعة خاصة على شعوبها، وأخلاقيات محددة تؤثر على اتجاهات الرأي العام وطرق تكوينه ووسائل التأثير فيه (39) وعلى سبيل المثال، في البلاد المشمسة ذات السماء الصافية يتبادل الناس الآراء ويأخذوا المعلومات في الأسواق والعراء وغيرها من الاماكن العامة، بينما في البلدان شديدة البرودة، ينعصر نشاط الرأي العام في أماكن العبادة وفي المقاهي وغيرها من الاماكن المغلقة.

ثانياً:- العوامل الاجتماعية

عملية تشكيل الرأي العام تبدأ من الفرد وتتوسع بين فئات المجتمع المستهدف ولتكون رأياً عاماً، فالانطباع الخاص عند الفرد يكون جزء من رايه، وأما الجزء الأكبر من آرائه فهو عائد لامتزاج عوامل أخرى كثيرة، والتأثير ورد الفعل المتبادلين معها. وليس عنصر الاقتناع الشخصي المجرد المبني على التفكير الفردي منها إلا عنصراً واحداً، فهناك عوامل اجتماعية تعمل على التأثير في الرأي العام نسرد أهمها كالتالي:

1- العامل الثقافة: الثقافة هي مجموعة المنجزات الفكرية والاجتماعية والأخلاقية والصناعية التي يحققها مجتمع معين في مسيرته لتحقيق الرقي والتقدم، وهي كلمة مشتقة من التحضر والتمدن، ويركز البعض في استخدام المصطلح على الناحية الثقافية، أما استخدامها المعاصر فقد شدد على ما تضمنه من التطور العلمي والتكنولوجي وما يفرزه هذا التقدم من إنجازات في الميادين الأخرى في الحياة (40). وعلى هذا الأساس فان الثقافة تساعد على التكيف مع العوامل البيئية ومع الظروف المختلفة التي تحيط بالأفراد وتساعدهم على التعامل فيما بينهم في المجتمع.

وبذلك نجد أن الآراء إحدى مخرجات أنماطاً متماثلة من السلوك وطرائق التفكير في حياة الأفراد تتجسد بشكل آداب عامة وعادات وتقاليد وقيم وقوانين ومؤسسات وغيرها، وهذا الأمر الذي يلزم الفرد في سلوكه وتفكيره وأثناء اتخاذ آراءه بطريقة أو بأخرى ارتباطه بالثقافة السائدة في مجتمعه وإلا عد خارجاً عليه. (41). ويرى الباحث أن من أهم المؤثرات الثقافية هي العادات والتقاليد والتي لها اثر كبير في تشكل الرأي العام حيث تلعب دوراً هاماً في تكوين رأي الأفراد تجاه القضايا والأحداث،

39. سعيد السراج ، الرأي العام ، مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، القاهرة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، ط2، 1986 م ، ص22-23.

40. عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، المجلد الثاني، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بلا تاريخ، ص549.

41. صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مرجع سابق، 1991، ص222.

فالأفراد يتأثرون منذ الصغر بثقافة المجتمع المحيط بهم ويتناقلون انماط السلوك الاجتماعي كما يتوارثون الأفكار والذكريات والتجارب من آبائهم واجدادهم على مر العصور، وتلك هي العادات والتقاليد التي تندمج في تصرفات الافراد كموروث ثقافي يجب أن يحافظوا عليه وبهذا تساهم العادات والتقاليد بشكل كبير في تكوين الرأي العام حول القضايا والاحداث.

وقد أكد ذلك جون دولارد في أنه من الممكن علمياً تحديد نوع الافكار والآراء مسبقاً التي سيعتقها الفرد قبل ولادته عن طريق بعض الافتراضات التي تدرس تراثه الثقافي وعادات وتقاليد المجتمع المحيط به⁽⁴²⁾ كما يمكننا القول بان الثقافة هي مخرجات عقلية ونفسية نتيجة لظروف وتجارب وخبرات متراكمة أو منقولة مجتمعيًا إلى الأفراد وتعتبر من أهم عوامل تكوين الرأي العام.

المعتقد الديني: يعد الدين أكثر العوامل الاجتماعية تأثيراً في توجيه المجتمعات وعلى الرغم من قواعده التي تؤهله للاستقلال كمتغير مستقل بحد ذاته إلا أن الباحث ارتأى أنه طالما ينحصر تأثير على المجتمعات فإنه من المسلم أن يدرج كأحد العوامل الاجتماعية حيث يلعب الدين دوراً أساسياً في تسيير الأفراد والمجتمعات، فعندما يتم استغلاله مجتمعيًا من قبل أي طرف/ أطراف "جماعة أو تنظيم أو سلطة" فإنه يسيطر على التفكير من منظور جمعي بالإضافة إلى أنه يأسر الأفراد ويستطيع تحريكهم أفراداً وجماعات، وفي اتجاه واحد أو في اتجاهات مختلفة أيضاً.

يتجلى تأثير العامل الديني في تشكل الرأي العام في المعتقدات التي يتضمنها والتي يعتقد بها الأفراد المنتمين لهذا الدين، فهذه المعتقدات الدينية تمارس تأثيرها ليس على مستوى الفرد فقط وإنما على مستوى النظام الاجتماعي ككل وعن طريق المؤسسات الدينية، وذلك عن طريق خطب مواظ ومعلومات وحقائق لها تأثير كبير على نفوس الأفراد ومن ثم على اتجاهات الرأي العام.⁽⁴³⁾

فالدين هو "مجموعة من المعتقدات تؤمن بها جماعة معينة ما، وتكون نظاماً متصلاً وتعلق في الغالب بعالم ما بعد الطبيعة، وممارسة شعائر وطقوس مقدسة والاعتقاد بروحية علياً وقد تكون هذه القوة جمعية أو أحادية. من منظور آخر، مجموعة من العقائد والممارسات التي يحاول الناس عن طريقها التكيف مع بيئتهم".⁽⁴⁴⁾ والدين كظاهرة متفاعل مع الأنظمة الأخرى في المجتمع، ويمارس تأثيره من هذه الزاوية على ظاهرة الرأي العام في المجتمع ككل. كما يعتبر الدين عامل مهم في خلق أنساق من قيم اجتماعية لها صفة تكامل وتماسك، وفي مثل هذا الشأن نجد أن الدين يحدد ما هي

42. محمد حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، 1989، ص73.

43. محي محمود حسن وسمير حسن منصور، العلاقات العامة والإعلام، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1987، ص90.

44. أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1978، ص353. وكذلك انظر حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1992، ص117-118.

القيم المطلقة ويضع في نسق متكامل القيم السلبية وكأن ليس لها معنى أو أهمية ، وبذلك يقبل الرأي أو يرفض بناءً على تلك القيم المجتمعة. (45)

فالأفراد المعتقدين بدين معين والمتمسكين به وبقيمه يتكون رأيهم بواسطة هذه القيم الدينية، خاصة بعد أن أصبحت هذه المعتقدات والقيم الدينية حقائق ثابتة لا تقبل إبداء الرأي حولها ، فهي تعد قاعدة راسخة يعتمدها الأتباع ، وليس ميدان للرأي العام يثار النقاش والجدل حوله. (46)

إلا أنه يلاحظ عندما يوجد نوع من التباين المذهبي في الدين ، فإن ذلك قد يؤدي إلى بروز عدة تيارات للرأي العام داخل هذا الدين ، أما إذا لم توجد مثل هذه التباينات فإن الاستقرار النفسي لدى المتدينين له تأثير قوي في تعيين الاتجاه لدى الأفراد والجماعات. (47)

2- الانتماء الاجتماعي: الانتماء هو شعور الفرد بعضويته لجماعة ما وأن مصلحته تتفق مع مصالحها ويؤدي ذلك شعوره بأنه يؤدي أدواره الاجتماعية فيها ومن خلالها مما يجعله لا يستطيع صياغة رغبته إلا وفق الاتجاه السائد فيها. ويحدده بدوي في انتماء الفرد إلى جماعة قوية يتقمص شخصيتها ويوحد نفسه بها كالأسرة أو النادي أو الشركة وغيرها (48). ويرى غيث في قاموس علم الاجتماع أن الانتماء وفقا لمفهوم التماسك الاجتماعي يتم من خلال المواقف التي يرتبط بها الأفراد بعضهم مع بعض بروابط اجتماعية وثقافية (49).

ويذهب الاتجاه الاجتماعي في تحليل ظاهرة الرأي العام إلى أن الأخير هو الناتج النهائي لعملية تفاعل اجتماعي داخل الجماهير فيما بينها ، فضلاً عن العوامل السابقة يتوقف هذا التفاعل على طبيعة البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي للمجتمع ، ويعتبر الرأي العام حصيلة تفاعل مع الجماعة التي ينتمي إليها الفرد بتقاليدها ومفاهيمها ، وقد أولا (هيربرت بلومر) اهتمام أثناء توضيحه مفهوم الرأي العام ، والذي رأى أن الرأي العام هو نتاج التفاعل بين جماعات وظيفية تختلف في مصالحها وفي وضعها الاستراتيجي في المجتمع. (50)

والواقع أن الجماعات المختلفة التي ينتمي إليها الفرد وتتمايز عن بعضها أكثر فأكثر تعتبر طبيعية بالنسبة للفرد الذي هو جزء من الأسرة وجزء من قبيلة أو عشيرة وجزء من مدينة أو قرية ،

45. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مصر، دار الفجر للتوزيع والنشر، 1998، ط1، ص 119.

46. حميدة سميسم، مرجع سابق، ص 121.

47. صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مرجع سابق، ص 22.

48. أحمد زكي بدوي، مرجع سابق، ص 39.

49. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 387.

50. محمد سعد ابو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2010، ص 81 - 82.

وكذلك هو جزء من طبقة معينة وقطاع معين، مما يجعل انتماءاته متعددة ومتشابكة، وتترك أثراً واضحاً لدى الفرد في اتخاذ رأي والتعبير عنه. (51)

فالمجموعات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد تساهم في تحديد مواقفه وآرائه، وذلك باتجاهين: **الأول**، تكوين المواقف والآراء. **والثاني**، تغيير المواقف والآراء المتبناة من قبل واستبداله بأخرى متلائمة مع المجموعة الاجتماعية، وذلك عن طريق تقديم معطيات جديدة لها علاقة مباشرة بالموضوع الذي يستهدفه الفرد، وان ذلك كله يعتمد على طبيعة الاشتراك في هذه المجموعة الاجتماعية، فلا شك أن المساهمة الفعالة تنتهي إلى أن تكون المجموعة الاجتماعية أكثر تأثيراً في تكوين المواقف من مجرد المراقبة السلبية وعدم الاشتراك. (52)

وفي إطار ما سبق نجد أن الأسرة هي أول المجتمعات وأصغرهما التي يتصل بها الفرد ويتعرض فيها وبالتالي فهي تمثل أول انتماء له، ولذلك لا بد وان يكون لها التأثير الأسبق في حياته من جميع نواحيها بما فيها اتجاهاته وآراءه السياسية سواء كان ذلك سلباً أو ايجابياً، فأراء الأفراد واتجاهاتهم السياسية وما لديهم من مفاهيم وقيم مستمدة بالأساس من محيطه العائلي، فلا بد وان تتأثر تلك الآراء والاتجاهات بذلك المحيط.

ويرى كل من (نيلسون بولسبيو)، "أن الناخب وهو يعيش في محتوى اجتماعي مع والديه يتلقى منهم الهوية الاجتماعية التي تتضمن بداخلها محتوى سياسي، فالفرد يكون ديمقراطياً أو جمهورياً - مثلاً- إذا كانت عائلته أو علاقاتها تتصف بهذه الصفة لان اغلب الناس لا علاقة لهم بغيرهم إلا من خلال علاقات الانتماء الرئيسية التي تربط فيما بينهم، وهكذا فكل الذي يتقاسم مع أصدقائه ومع عائلته بعض الصفات المحددة، فإنه يحاول ان يتقاسم معهم إخلاصهم إلى حزب ما". (53)

وكذا الحال بالنسبة للمدرسة ورفاق العمل تؤثر بشكل أو بآخر في رأي الفرد كنتيجة للعلاقات الاجتماعية القائمة. (54) وبذلك فان رأي الفرد تسوغه إلى حد كبير الجماعات الاجتماعية التي ينتمي إليها، بل ان الجماعات الاجتماعية والاقتصادية لها تأثيرها على الفرد ورأيه واستقرار ذلك الرأي أو تساهم في استقراره. (55)

51. شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مجلة العلوم السياسية، السنة 19، العدد 38،

جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، تموز-كانون الاول/2008، ص 27.

52. عبد الرضا الطعان، دور الحزب في تكوين المواقف السياسية، مجلة العلوم السياسية، السنة الثالثة، العدد 7، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، حزيران 1990، ص 64.

53. سويم العزي، السلوك السياسي في المجتمع العربي، القاهرة، دار الالفيه، ط 1، 1992، ص 177.

54. شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مرجع سابق، ص 27-30.

55. صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مرجع سابق، ص 202.

ثالثاً:- عوامل أخرى مؤقتة:

توجد العديد من العوامل الأخرى المؤقتة التي تتداخل في تكوين وتشكيل الرأي العام والتي تؤثر في تحديد مواقف الفرد تجاه الأحداث والقضايا، ويمكن أن نتطرق إلى أهم تلك العوامل كالتالي:

1- نوع وطبيعة الأحداث: يقصد بها تلك الأحداث الطارئة التي يتفاعل معها الفرد، وقد تكون تلك الأحداث ذات طابع يؤثر في حاضرهم أو مستقبلهم أو في موضوعات قد تمس أوطانهم أو في قضايا أخلاقية أو جنائية أو في ممارسات عنصرية أو غيرها من الأحداث والقضايا التي تمس العواطف والجانب الإنساني للفرد وبهذا يمكن أن تؤثر في تشكيل رأيه العام. قد يكون الحدث قضية ما أو مشكلة أو موضوعاً يدخل كعنصر من العناصر المكونة للرأي العام، ومن حيث طبيعته يؤثر على اتجاهات الرأي العام ومدى انتشاره وشدته وقوته. تعتبر الأحداث التي تمر في حياة الشعوب من العوامل التي تؤثر على الرأي العام، وإن الرأي العام كما بينا هو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، كالثورات الطبيعية والفيضانات والزلازل وغيرها، وإذا كانت طبيعة الحدث عادية كان الرأي العام عادياً في اتجاهاته وقوته وشدته ومدى انتشاره، أما إذا كان غير عادي سترتب عليه ذلك رأي عام غير عادي في اتجاهاته وانتشاره وشدته (56)

2- تأثير قادة الرأي: قادة الرأي العام هم من يملكون قوة التأثير على الأفراد المحيطين بهم وفقاً للمجالات التي ينتمون إليها أو يتخصصون فيها، فقد يكون قادة الرأي مسؤولاً في الدولة أو عالماً في الدين أو صاحب وجهة اجتماعية أو قائداً لحزب سياسي أو شخصية مؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي أو غيرها من الشخصيات القيادية في مجالها إذ يستمد قادة الرأي تلك القوة في التأثير من اقتناع الأفراد بهم وبآرائهم.

ويلعب قادة الرأي دوراً هاماً في التأثير في الرأي العام وفي تعبيره و انتشاره وشدته، خاصة عندما يكون القائد على قدر من الثقة والتقدير العالين بين الجماهير وعندما يحض القائد باحترام الجمهور في آرائه يكون له تأثير شخصي على من حوله من الناس، وكسب دعمهم. (57)

56. عامر حسن فياض، مقدمة في الرأي العام وحقوق الإنسان، عمان، دار زهران للطباعة والنشر، ط2، 2006، ص25.

57. عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال الإعلام: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة، بيروت، دار المعرفة الجامعية، 2002م، ص244-245.

وقد يكون من يمارس التأثير في وظائف رسمية، وتأثيرهم هنا باعتبار ما لديهم من سطوة المناصب وإمكانية انفرادهم بالقرارات من خلال أعمالهم أو تجمع المعلومات لديهم، ولكن هؤلاء كثير ما يفقدون تأثيرهم عندما يتركون وظائفهم، وقد يكونون غير رسميين وهؤلاء يكتسبون قوتهم من قناعة الناس بهم وبأرائهم.⁽⁵⁸⁾

3- المصالح العامة والخاصة:

ما نعيه بالمصلحة هو أن هناك موضوعاً يرتبط بالمصلحة العامة أو الشخصية للفرد، يتم تداوله عبر التجمعات البشرية أو عبر طرق الاتصال الحديثة وتطبيقات الهاتف ويبري المتلقي أن الموضوع يتقاطع أو يعبر عن مصلحته أو مصلحة جماعته ومجتمعه.

وهنا يتبنى اصحاب المصالح للقضية أو الحدث وإبراز ما يرونه مثيراً من المواضيع المطروحة على الساحة والتي يرونها تخدم مصالحهم والموافق لدعوتهم، فيساهمون في نشره وتداوله واستعراضه بشتى السبل، والعمل على توجيه الرأي نحوه وهنا يصنعون رأي عام في هذا الموضوع.⁽⁵⁹⁾ وتساعد المصالح المشتركة بشكل كبير في تسريع انتشار الموضوع، وقد تمثل تحدياً ذا قيمة سلبية، مثل تداول المخدرات بين الطلاب، أو جانباً إيجابياً، كتحدي نشر قيم العمل والإنتاج، أو كتحدي اجتماعي، مثل العنوسة والبطالة، الأمر الذي يثير الرأي العام. وكلما زادت أهمية الأفكار الجديدة في موضوعها، زادت مناقشة الموضوع أكثر أهمية وهذا يساعد على سرعة انتشار الموضوع.

4- النظام السياسي:

يلعب النظام السياسي وطريقة تداول المعلومات وفلسفة النظام السياسي دوراً مهماً للغاية في التأثير على الرأي العام، حيث يخضع المواطن للسيطرة الكاملة للأيديولوجية السائدة في النظام السياسي.

فإذا تم بناء النظام على أساس الديكتاتورية والحكم الشخصي، فإن ذلك يؤدي إلى سلبية الرأي العام تجاه العديد من القضايا التي عادة يشعر بالعجز عن تغييرها، أما في الأنظمة القائمة على انتشار الشورى والعدالة وقيمة الفرد يصبح الرأي العام أكثر فاعلية وإيجابية.

وتلجأ الحكومات الناجحة لعدة وسائل للتأثير في الرأي العام، طمع في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، من تلك الوسائل نشر الثقافة السياسية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير،

58. هاني رضى ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998م، ص 133-134.

59. محمد منصور هيبه، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004م، ص 130.

فمن المعروف أنه حتى يستطيع الرأي العام المشاركة الإيجابية في العمل السياسي، أن يتكون لدى الجماهير درجة عالية من الثقافة السياسية خاصة في العصر الحديث الذي تعقدت فيه الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمواطنين. (60)

5- وسائل الاتصال (التقليدية، الحديثة):

هي تلك الوسائل التي تنقل المعلومات بسرعة كبيرة وفي وقت واحد إلى جمهور واسع وقد تكون هذه الرسائل اما مقروءة أو مسموعة أو مرئية. وتلعب هذه الوسائل - التقليدية منها او الحديثة- دورا مهما للغاية في التأثير على الرأي العام بغض النظر عن مدى تباعد الأشخاص جغرافيا أو لعدم تجانس التركيبة السكانية، وتعتبر وسائل الاتصال حلقة الوصل بين صانع القرار والمحتوى وبين الجمهور، فهي تعتبر من أهم الوسائل وأكثرها انتشاراً ووصولاً إلى الجماهير أينما كانوا فهي توجه رسائلها لمختلف شرائح المجتمع باعتبارها بطبيعتها الحال الأسرع وصولا لتداول الآراء ونقلها معلومات القضايا والاحداث وبذلك فإنها تعمل على حشد جماهيرها حول آراء واتجاهات معينة وعليه فإنها تخلق تحرك شعبي هام في تشكيل الرأي العام نحو القضايا والاحداث.

أكد مجموعة من الباحثين أن وسائل الاتصال تستغل الوعي المحدود للأفراد وتعمل على تعبئتهم بالأفكار والآراء، والسعي نحو خلق صورة ذهنية تخدم المسؤولين عن الاتصال، فالكثير من القضايا لم تكن لتصبح قضايا رأي عام لو لم تحضي باهتمام وسائل الاتصال الجماهيري وتجعلها في المرتبة الأولى، وهو ما تفسره نظرية الأجندة في أن وسائل الاتصال بتكرارها لبعض القضايا واهتمامها بها، فإنما هي تحث الأفراد على القضايا والاحداث التي يجب أن يفكروا فيها وهي بذلك لها دور كبير في تشكيل الرأي العام. (61)

إن وسائل الاتصال تمنح النخب في المجتمع إمكانيات هائلة للنشر الحر للمعلومات مما يسهم بشكل مباشر في التأثير في اتجاهات المواطنين، كما أن وسائل الاتصال تخلق إمكانية كبيرة للحراك الاجتماعي على أساس معرفة متسعة ودقيقة بالأحداث المحيطة. (62)

60. جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، دار المعرفة، القاهرة، 2004، ص61.

61. سمير محمد حسين، الرأي العام: الأسس النظرية والبحوث المنهجية، مرجع سابق، ص 70.

62. بضياف سوهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (قسم علوم الإعلام والاتصال)، 2018/2019.

فمن خلال التعرض لمعلومات متشابهة ولها نفس تأويلات الأحداث يتعلم الناس التفكير في نفس الاتجاه، وليس عليهم بالضرورة أن يصلوا لنتيجة واحدة، على الرغم من أن هذا ممكن. وهنا يتضح لنا أن الوظيفة الرئيسية لوسائل الاتصال هي تشكيل اتفاق جماعي تجاه الرأي العام.

فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل لوسائل الاتصال الجماهيري إلى زيادة قدرة هذه الوسائل على التأثير على الجماهير وتوجيههم إلى آراء وأفكار معينة. وبعد التطور التقني والقدرة على التواصل عبر شبكة المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي، يمكننا النظر بتوسع إلى موضوع التأثير بواسطة برامج التواصل الاجتماعي، فقد تكون بعض هذه البرامج غير معروف لكنها تكون مؤثرة نظرا لإمكانية اتساع التأثير في الناس بما أن تداول الرأي عبر الشبكة صار كبير، ولا ننس أن أحداث مهمة تم تداول الآراء والأخبار فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في نقل تصورات وآراء جديدة كسرت احتكار الآراء التقليدية على الحياة الفكرية والعملية.

نتائج الدراسة الميدانية

لفرض التأكد من صدق نتائج البحث وتحري دقة الإجراءات المتعلقة بتطبيق الجانب الميداني للبحث باستخدام الطرق العلمية الحديثة، ولضمان التطبيق الصادق لأداة البحث وفقاً للإجراءات العلمية المنهجية المتبعة في البحوث الأكاديمية بدءاً من تحديد أجزاءها ومروراً بتحديد مجالاتها ومن ثم اختيار فقراتها وللتأكد من مصداقيتها فقد تم الآتي:

أولاً: بناء واختبار أداة الدراسة:

قام الباحث بدراسة العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني وعلى هذا الأساس قام الباحث ببناء أداة الدراسة المتمثلة في استبيان يستطلع العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني وهذا الاستبيان يخضع للاختيار من متعدد (اختيار إجابة واحدة من بين عدة بدائل). وقد اتخذ الباحث عدد من الإجراءات العلمية والمنهجية في بناء أداة الدراسة على النحو التالي:

1- تحديد وجمع فقرات أداة الدراسة:

بعد الاطلاع واستعراض الأدبيات المتعلقة بالموضوع وبعد أن تم تحديد المفاهيم من الناحية النظرية أصبحت أداة الدراسة تتكون من التالي:-

القسم الأول: يشمل المتغيرات الديموغرافية (بيانات شخصية وأولية) كانت بناء على ما تقتضيه متطلبات الاستبيان وهي النوع الاجتماعي (ذكور / إناث)، مستوى الدخل (أقل من 20 ألف، من 21 ألف إلى 40 ألف، من 41 ألف إلى 60 ألف، من 61 ألف إلى 80 ألف، من 81 ألف إلى 100 ألف، أكثر من 100 ألف)، العمر وفقاً للفئات العمرية التالية:- (18- 15 سنة، 19-24 سنة، 25-30 سنة، 31-39 سنة، 40 فأكثر)، المستوى التعليمي (أمي، يقرأ ويكتب، ابتدائي، اعدادي، ثانوي، دبلوم بعد الثانوية أو جامعي، دراسات عليا)، الانتماء (منتمي حزبياً أو تنظيمياً، منتمي قبلياً، غير منتمي لأي طرف)، محل الميلاد (ريف / مدينة).

والقسم الثاني: يحتوي على الفقرات التي سيتم استبيان العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام بها وكانت موزعة على ثلاثة عوامل هامة هي العوامل الشخصية والاجتماعية والموقفة. صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

وفيه تم الاطمئنان على المظهر العام للاستبيان والمقياس ومدى مناسبه للمبحوثين (63)

(63) وذلك من حيث وضوح تعليماته وصحة ترتيبها للخطوات الأساسية، ومراعاة بساطة وتسهيل فقراته والفترة الزمنية

التي قد ستغرها المبحوث ومدى ملائمة الأسئلة لأثاره الاستجابات المناسبة من المبحوثين وسهولة الإمكانيات العملية لطبعة وتصحيحه وتفسير نتائجه . أنظر: فؤاد البهي السيد ، علم النفس الاحصائي وقياس العقل البشري، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر، الطبعة الثالثة، 1979م ، ص552.

ويعني هل يبدو الاختبار مناسباً وملائماً للفرد الذي يقيسه، وما المدى الذي تبدو فيه فقرات الاختبار مرتبطة بالمتغير الذي يقيمه أو يقيسه (64)، وهذا النوع من الصدق يتحقق عندما يتم عرض الاستبيان في صورته الأولية بعد بناء بالطرق العلمية المتعارف عليها على المحكمين المتخصصين (65). ولكون أداة هذه الدراسة تتمثل في استبيان من متعدد قام الباحث بعرض الاستبيان المعد للدراسة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية والعلوم الإدارية والإعلام، وقد كان عدد المحكمين (7) محكماً.

ثانياً: توصيف عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على كافة الأبعاد الديموغرافية الهامة التي تضع هذه الدراسة في مسارها العلمي والاكاديمي حيث كانت العينة موزعة ديموغرافياً على النحو التالي:

1- توزعت العينة حسب متغير النوع الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير النوع الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|---------|
| 72% | 288 | ذكر |
| 28% | 112 | أنثى |
| 100% | 400 | المجموع |

يوضح الجدول السابق توزيع العينة من المجتمع بحسب النوع الاجتماعي وقد أظهرت النتائج أن أغلب أفراد عينة الدراسة من (الذكور) بنسبة 72% في حين بلغت نسبة (الإناث) 28% ويعود فارق النسب بين الإناث والذكور في العينة نتيجة لضعف الاستجابة بين الإناث أثناء توزيع الاستبيان نظراً للطبيعة الذكورية والثقافية السائدة في المجتمع اليمني.

(64) صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، الطبعة الأولى، 1995م، ص68.

(65) نورا ابو بكر البيتي، مرجع سابق، ص134.

2- توزعت العينة حسب متغير مستوى الدخل كما يلي:

جدول رقم (2) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل بالريال اليمني

| النسبة المئوية | التكرار | المستوى |
|----------------|---------|-----------------------|
| 11.75% | 47 | أقل من 20.000 |
| 18.75% | 75 | من 21 الف إلى 40 الف |
| 22% | 88 | من 41 الف إلى 60 الف |
| 21.5% | 86 | من 61 الف إلى 80 الف |
| 17.25% | 69 | من 81 الف إلى 100 الف |
| 8.75% | 35 | أكثر من 100 الف |
| 100% | 400 | المجموع |

يوضح الجدول السابق توزيع العينة من المجتمع بحسب مستوى الدخل، رتب الباحث مستوى الدخل حسب استناداً إلى الوضع الاقتصادي الضعيف للبلد نتيجة الحروب وتعطل وتوقف العمل الحكومي وعدم صرف الرواتب والمستحقات المالية وبهذا فقد توجه اغلب أفراد المجتمع إلى الأعمال في القطاع الخاص والحر التي تساعدهم في العيش ويوضح الجدول ترتيب أغلب أفراد عينة الدراسة لمستوى الدخل فقد بلغت نسبة 22% لمن يستلمون مبلغ (41- 60 ألف)، بينما كانت نسبة مستوى الدخل من (61- 80 الف) ريال بنسبة 21.5%، و جاءت نسبة 18.75% للمستوى من (21-40 ألف)، بينما نسبة 17.25% لأصحاب الدخل من (81-100 ألف)، كما جاءت نسبة 11.75% لمستوى الدخل (أقل من 20 ألف)، في حين كانت نسبة (من هم أكثر من 100 ألف) فقط 8.75% من المبحوثين.

3- توزعت العينة حسب الفئات العمرية كما يلي:

جدول رقم (3) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

| النسبة المئوية | التكرار | العمر |
|----------------|---------|---------|
| 10.5% | 42 | 15 – 18 |
| 19.5% | 78 | 19 – 24 |
| 24% | 96 | 25 – 30 |
| 25.5% | 102 | 31 – 39 |
| 20.5% | 82 | 40 + |
| 100% | 400 | المجموع |

يوضح الجدول السابق رقم (3) توزيع العينة من المجتمع بحسب العمر وقد تبين من توزيع الفئات العمرية أن أعمار أفراد العينة في الدراسة قد اشتملت على كافة الفئات العمرية حيث سعى الباحث من ترتيبها على هذا النحو لاحتواء كافة الفئات العمرية بحيث تدخل فئة المراهقين (دون الثانوية) وفئة الشباب (الجامعات او المعاهد والعاملين والموظفين) كما اضاف فئة اصحاب الخبرات العالية وقيادات الراي العام والشخصيات الاجتماعية وهي الفئة الراشدة. وقد اظهرت النتائج للعينة أن الأعمار من (31 - 39) بلغت الترتيب الأول ونسبة 25.5%، بينما جاءت الأعمار من (25 - 30) الترتيب الثاني بنسبة 24%، وجاءت أعمار (40 فما فوق) لترتيب الثالث بنسبة 20.5%، كما جاءت الأعمار من (24 - 19) الترتيب الرابع بنسبة 19.5%، في حين كانت نسبة الأعمار من (15 - 18) هي الأقل بنسبة 10.5%، وهذا النسبة تعتبر مناسبة وملائمة لإجراء التحليل عليها.

4- توزعت العينة حسب متغير المستوى التعليمي كما يلي:

جدول رقم (4) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

| النسبة المئوية | التكرار | المستوى |
|----------------|---------|-----------------------------|
| 2.25% | 9 | أمي |
| 8.5% | 34 | يقرأ ويكتب |
| 6.75% | 27 | ابتدائي |
| 14.5% | 58 | إعدادي |
| 25.75% | 103 | ثانوية عامة |
| 32% | 128 | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي |
| 10.25% | 41 | دراسات عليا |
| 100% | 400 | المجموع |

يوضح الجدول والرسم البياني التالي توزيع عينة الدراسة على المستوى التعليمي وقد شمل المستوى التعليمي للعينة كافة المستويات وذلك لتنوع أفراد المجتمع اليمني في المجال التعليمي، فقد وجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة هم من حملة شهادة (دبلوم بعد الثانوية والبكالوريوس) بنسبة 32%، بينما كانت نسبة حملة الشهادة (ثانوي) 25.75%، وجاءت نسبة 14.5% للمستوى الدراسي (إعدادي)، بينما نسبة 10.25% لمتغير (دراسات العليا)، وكانت نسبة من (يقرأ ويكتب) 8.5% في حين كانت نسبة (الابتدائي) 11.75%، و(الأمي) بنسبة 2.25% من الباحثين وهذه النسب تعتبر مناسبة لإجراء التحليل عليها كونها مثلت جميع المتغيرات.

5- توزعت العينة بحسب الانتماء كما يلي:

جدول رقم (5) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانتماء

| النسبة المئوية | التكرار | المهنة |
|----------------|---------|--------------------------|
| 21% | 84 | منتمي حزبياً أو تنظيمياً |
| 43% | 172 | منتمي قبلياً |
| 36% | 144 | غير منتمي لأي طرف |
| 100% | 400 | المجموع |

يوضح الجدول السابق رقم (5) توزيع العينة من المجتمع بحسب الانتماء. مثلت نسبة من لديهم الانتماء القبلي 43%، بينما كانت نسبة (غير المنتمين لأي طرف) 36%، وجاءت نسبة (منتمين حزبياً أو تنظيمياً) من أفراد عينة الدراسة في الترتيب الأخير بنسبة 21%. وهذه النسبة تمثل الواقع تمثيلاً مناسباً حيث أن العامة من المجتمع (منتمي قبلياً)، وذلك لأن اليمن مجموعة من القبائل تليها نسبة من يعتبرون غير منتمين لأي طرف ويرجع ذلك عدم القناعة بالأحزاب والتنظيمات في الوقت الحالي وتوجه أغلب أفراد المجتمع إلى الحياد، بينما كانت اقل نسبة من نصيب المنتمين حزبياً وتنظيمياً وبهذا شملت عينة الدراسة كل الفئات التنظيمية الموجودة في الواقع.

6- توزعت العينة بحسب محل الميلاد كما يلي:

الجدول رقم (6) لعينة الدراسة يوضح محل الميلاد

| النسبة المئوية | التكرار | البيان |
|----------------|---------|-------------|
| 34% | 136 | ريف |
| 66% | 264 | حضر (مدينة) |
| 100% | 400 | المجموع |

يتبين من الجدول السابق رقم (6) أن أغلب الباحثين هم من مواليد الحضر (المدينة) بنسبة 66%، بينما كانت نسبة مواليد (الريف) 34%، وهذا التوزيع يعتبر طبيعياً نتيجة استهداف عينة الدراسة بأمانة العاصمة صنعاء التي تعتبر مدينة حضر وأغلب ساكنيها من مواليدها.

ثالثاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول: ماهي العوامل الاجتماعية المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني تجاه القضايا والأحداث المجتمعية؟

للإجابة على التساؤل تم التعرض للعوامل الاجتماعية وفقاً للإطار الذي اعتمده الباحث والمتمثلة في عامل الثقافة ويمثل العادات والتقاليد وكذلك عامل الدين وأخيراً الانتماء الاجتماعي، وفي سبيل الإجابة على هذا التساؤل تم استخراج المتوسط النسبي المثوي وكانت النتائج على النحو التالي:

1- عامل الثقافة:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير الجانب الثقافي من خلال العادات والتقاليد كأهم جانب في هذا المحور والنتائج نبينها في الجدول التالي:

جدول رقم (7) يبين تأثير الجانب الثقافي (العادات والتقاليد السائدة) على تشكيل الرأي العام تجاه الأحداث المجتمعية

| المجموع | اتفاعل مع أي حدث / قضية في المجتمع إذا كان يتعرض للعادات والتقاليد السائدة. | | المتغيرات | |
|---------|---|-------|-----------------------|-----------------|
| | لا | نعم | الفقرة | |
| 100% | 35.8% | 64.2% | ذكور | النوع الاجتماعي |
| 100% | 38.9% | 61.1% | إناث | |
| 100% | 37.5% | 62.5% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 35.7% | 64.3% | من 21 الف إلى 40 الف | |
| 100% | 30.3% | 69.7% | من 41 الف إلى 60 الف | |
| 100% | 36.7% | 63.3% | من 61 الف إلى 80 الف | |
| 100% | 50.0% | 50.0% | من 81 الف إلى 100 الف | |
| 100% | 33.3% | 66.7% | أكثر من 100 الف | |
| 100% | 45.5% | 54.5% | 15 - 18 | |
| 100% | 41.9% | 58.1% | 19 - 24 | |
| 100% | 33.0% | 67.0% | 25 - 30 | |
| 100% | 31.1% | 68.9% | 31 - 39 | |
| 100% | 26.7% | 73.3% | 40 + | |

| | | | | |
|------|--------|--------|-----------------------------|------------------|
| 100% | 12.3% | 87.7% | أمي | المستوى التعليمي |
| 100% | 14.5% | 85.5% | يقرأ ويكتب | |
| 100% | 27.0% | 73.0% | ابتدائي | |
| 100% | 40.4% | 59.6% | إعدادي | |
| 100% | 39.0% | 61.0% | ثانوية عامة | |
| 100% | 32.8% | 67.2% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | |
| 100% | 38.2% | 61.8% | دراسات عليا | |
| 100% | 37.6% | 62.4% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | الانتماء |
| 100% | 28.8% | 71.2% | منتمي قبليا | |
| 100% | 42.3% | 57.7% | غير منتمي لأي طرف | |
| 100% | 12.5% | 87.5% | ريف | محل |
| 100% | 40.9% | 59.1% | حضر (مدينة) | الميلاد |
| 100% | 35.47% | 64.53% | متوسط النسبة المئوية | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق يتضح الآتي:-

- أشارت غالبية مفردات العينة أن المجتمع يرى أن هناك تأثير للجانب الثقافى من خلال العادات والتقاليد على تشكيل الرأي العام حيث كانت النسب متقاربة جداً وكانت أعلى نسبة فيها 87.7% لمتغير المستوى التعليمي (أمي) وأدنى نسبة 12.3% لمستوى الدخل (من 81-100 الف).
- أشارت مفردات العينة وبنسبة ضعيفة أن المجتمع لا يرى أن هناك تأثيراً للجانب الثقافى من خلال العادات والتقاليد على تشكيل الرأي العام حيث كانت أعلى نسبة فيها 50% لمستوى الدخل (من 81-100 الف) وأدنى نسبة 12.3% للمستوى التعليمي (أمي).
- ومن خلال ما سبق تبين لنا أن اغلب مفردات العينة أكدت أن الواقع الثقافى المتجذر في العادات والتقاليد قد اخذ نسبة عالية مما يعني ان عامل الثقافة يستطيع أن يؤثر في الرأي العام اليمني أي أن المجتمع لا زال محتفظاً بعاداته وتقاليدته ويتأثر بها.

2- العامل الديني:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير الدين في تشكيل وتكوين الرأي العام وقد كانت النتائج

موضحة في الجدول على النحو التالي: جدول رقم (8) يبين تأثير الدين في التفاعل مع الاحداث في المجتمع

| المجموع | اتفاعل عندما تثار في المجتمع أي قضية أو موضوع يتعرض للجانب الديني | | المتغيرات |
|---------|---|--------|-----------------------------|
| | لا | نعم | |
| 100% | 9.70% | 90.3% | النوع |
| 100% | 2.30% | 97.7% | الاجتماعي |
| 100% | 9.50% | 90.5% | ذكور |
| 100% | 9.80% | 90.2% | أناث |
| 100% | 8.80% | 91.2% | أقل من 20.000 |
| 100% | 10.00% | 90.0% | من 21 الف إلى 40 الف |
| 100% | 9.10% | 90.9% | من 41 الف إلى 60 الف |
| 100% | 13.50% | 86.5% | من 61 الف إلى 80 الف |
| 100% | 1.10% | 98.9% | من 81 الف إلى 100 الف |
| 100% | 3.40% | 96.6% | أكثر من 100 الف |
| 100% | 10.70% | 89.3% | 15 - 18 |
| 100% | 9.70% | 90.3% | 19 - 24 |
| 100% | 2.30% | 97.7% | 25 - 30 |
| 100% | 0.50% | 99.5% | 31 - 39 |
| 100% | 2.10% | 97.9% | 40 + |
| 100% | 0.10% | 99.9% | أمي |
| 100% | 2.40% | 97.6% | يقراً ويكتب |
| 100% | 11.00% | 89.0% | ابتدائي |
| 100% | 11.20% | 88.8% | إعدادي |
| 100% | 13.20% | 86.8% | ثانوية عامة |
| 100% | 8.50% | 91.5% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي |
| 100% | 0.20% | 99.8% | دراسات عليا |
| 100% | 5.90% | 94.1% | منتمي حزبياً أو تنظيمياً |
| 100% | 1.20% | 98.8% | منتمي قبلياً |
| 100% | 3.70% | 96.3% | غير منتمي لأي طرف |
| 100% | 6.40% | 93.60% | ريف |
| 100% | | | حضر (مدينة) |
| 100% | | | متوسط النسبة المئوية |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق يتضح الآتي:-

- أشارت غالبية مفردات العينة أن المجتمع يرى أن هناك تأثير للدين في تشكيل الرأي العام حيث كانت النسب متقاربة جداً وكانت أعلى نسبة فيها 99.9% لمتغير المستوى التعليمي (ابتدائي) وأدنى نسبة 86.5% لمستوى الدخل (أكثر من 100 الف).
 - أشارت مفردات العينة وبنسبة متدنية وضعيفة جداً أن المجتمع لا يرى أن هناك تأثيراً للدين في تشكيل الرأي العام حيث كانت أعلى نسبة فيها 13.50% لمستوى الدخل (أكثر من 100 الف) وأدنى نسبة 0.10% للمستوى التعليمي (ابتدائي).
- من خلال الجدول السابق أكدت النتائج أن تأثير الدين في تشكيل الرأي العام قد حقق نسبة عالية جداً مما يعني ان المجتمع اليمني مجتمعات متدين يثار بمجرد التعرض للجوانب الدينية ويعتبرها من الخطوط الحمراء وبهذا نجد أن الدين يؤثر بشكل كبير جداً في تشكيل الرأي العام في المجتمع اليمني.

3. الانتماء الاجتماعي:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير الانتماء الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وكانت النتائج

موضحة في الجدول على النحو التالي:

جدول رقم (9) يبين تأثير الانتماء الاجتماعي في التفاعل مع الاحداث في المجتمع

| اتلقى الأخبار في القضايا والمواضيع التي تفاعل معها من: | | | | | | الفقرة المتغيرات | |
|--|------------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------|--------------|----------------------|-----------------|
| المجموع | المشايخ والاعيان | الجماعات الاجتماعية التي انتمى اليها | زملائي في العمل/ المدرسة | أصدقائي ومعارفي | عائلي وأسرتي | النوع الاجتماعي | مستوى الدخل |
| 100% | 44.7% | 15.4% | 6.5% | 16.3% | 17.1% | ذكور | النوع الاجتماعي |
| 100% | 25.2% | 22.1% | 3.8% | 6.9% | 42.0% | أناث | |
| 100% | 41.2% | 23.5% | 11.8% | 11.8% | 11.8% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 29.0% | 9.7% | 10.8% | 19.4% | 31.2% | من 21 الف إلى 40 الف | |

| | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|---------------------|
| 100% | 29.5% | 28.0% | 3.8% | 12.1% | 26.5% | من 41 الف إلى 60الف | |
| 100% | 37.5% | 17.0% | 3.4% | 5.7% | 36.4% | من 61 الف إلى 80الف | |
| 100% | 24.6% | 27.9% | 1.6% | 11.5% | 34.4% | من 81 الف إلى 100 الف | |
| 100% | 27.7% | 20.0% | 2.6% | 13.5% | 36.1% | أكثر من 100 الف | |
| 100% | 13.3% | 19.2% | 37.0% | 13.7% | 16.8% | 15 – 18 | العمر |
| 100% | 30.2% | 25.6% | 2.3% | 11.6% | 30.2% | 19 – 24 | |
| 100% | 31.6% | 26.3% | 12.3% | 10.5% | 19.3% | 25 – 30 | |
| 100% | 31.7% | 17.5% | 6.3% | 9.5% | 34.9% | 31 – 39 | |
| 100% | 30.2% | 25.6% | 2.3% | 11.6% | 30.2% | 40 + | |
| 100% | 31.6% | 26.3% | 12.3% | 10.5% | 19.3% | أمي | |
| 100% | 31.7% | 17.5% | 6.3% | 9.5% | 34.9% | يقراً ويكتب | المستوى التعليمي |
| 100% | 18.5% | 24.6% | 4.6% | 10.0% | 42.3% | ابتدائي | |
| 100% | 37.2% | 19.2% | 5.7% | 13.4% | 24.5% | إعدادي | |
| 100% | 24.4% | 25.2% | 4.4% | 14.1% | 31.9% | ثانوية عامة | |

| | | | | | | | |
|------|--------|--------|-------|--------|--------|---|----------------------|
| 100% | 34.6% | 14.2% | 6.2% | 17.9% | 27.2% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | |
| 100% | 28.4% | 25.8% | 4.8% | 8.3% | 32.8% | دراسات عليا | |
| 100% | 12.1% | 42.4% | 9.1% | 15.2% | 21.2% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | الانتماء التنظيمي |
| 100% | 38.0% | 19.6% | 5.4% | 4.3% | 32.6% | منتمي قبليا | |
| 100% | 30.5% | 11.9% | 01% | 22.0% | 35.6% | غير منتمي لأي طرف | |
| 100% | 35.6% | 14.2% | 14.2% | 7.9% | 27.2% | ريف | محل الميلاد |
| 100% | 9.8% | 20.8% | 40.0% | 12.2% | 17.2% | حضر (مدينة) | |
| 100% | 29.16% | 21.58% | 8.74% | 11.98% | 28.54% | متوسط النسبة المئوية | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق يتضح الآتي:-

- أشارت العينة إلى أن الانتماء الاجتماعي يؤثر في الاحداث والقضايا عن طريق المشايخ والاعيان بنسبة مرتفعة حيث تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 44.7% لتغير النوع الاجتماعي (ذكور) بينما مثلت أقل نسبة 9.8% لمحل الميلاد حضر (مدينة)
- أشارت العينة إلى أن الانتماء الاجتماعي يؤثر في الاحداث والقضايا عن طريق (العائلة والاسرة) بنسبة مرتفعة ومتفاوتة حيث كانت أعلى المتغيرات التي رأت ذلك هي متغير (ابتدائي) بنسبة 42.3% وكانت أدنى نسبة لمتغير مستوى الدخل (أقل من 20 الف).
- أشارت العينة إلى أن الانتماء الاجتماعي يؤثر في الاحداث والقضايا عن طريق الجماعات الاجتماعية التي انتمى اليها بنسبة مرتفعة إلى حد ما حيث كانت أعلى المتغيرات التي رأت ذلك هي متغير الانتماء التنظيمي بنسبة 42.4% (لنتمي حزيباً أو تنظيمياً) وكانت أدنى نسبة لمتغير مستوى الدخل (من 21- 40 الف).
- أشارت العينة إلى أن الانتماء الاجتماعي يؤثر في الاحداث عن طريق الاصدقاء والمعارف بنسبة منخفضة حيث كانت أعلى نسبة لمتغير الانتماء (غير منتمي لأي طرف) بنسبة 22% بينما مثلت أقل نسبة 4.3% (منتمي قبلياً).
- أشارت العينة إلى أن الانتماء الاجتماعي يؤثر بنسبة منخفضة جداً في الاحداث عن طريق زملاء العمل والمدرسة حيث تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 40% لتغير محل الميلاد (حضر) بينما مثلت أقل نسبة 0.1% لمتغير (غير منتمي لأي طرف).

من خلال الجدول السابق تبين أن هناك تأثير للانتماء الاجتماعي مع القضايا والاحداث التي تثير الرأي العام فقد اخذت المشايخ والاعيان أعلى نسبة كون المجتمع اليمني مجتمع قبلي يرى أن القبيلة ومن يمثلها من مشايخ واعيان مصدرا رئيسيا لأخذ معلوماته منه، وكذلك اخذت العائلة والأسرة نسبة عالية نتيجة الترابط والانتماء الأسري والعائلي، بينما مثلت المجموعات الاجتماعية التي انتمى اليها نسبة جيدة نتيجة احساس الفرد بالانتماء والولاء لهذه الفئة، وقد كانت النسب متقاربة لبقية الفقرات اصدقائي ومعارفي، زملاء العمل والمدرسة، يرجع ذلك إلى اللقاءات اليومية في اماكن التجمعات مثل مقابلات القات وكذلك بسبب كثرة المدارس وتعدد الوظائف في المدن مقارنة بالأرياف.

النتائج المتعلقة بتساؤل الدراسة الثاني: ماهي العوامل الأخرى المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني تجاه القضايا والاحداث المجتمعية ؟

للإجابة على التساؤل تم التعرض للعوامل الأخرى المؤثرة وفقا للإطار الذي اعتمده الباحث والمتمثلة في نوع وطبيعة الاحداث وكذلك تأثير قادة الرأي العام والنظام السياسي وعامل المصالح العامة والخاصة وأخيراً وسائل الاتصال الجماهيرية، وفي سبيل الإجابة على هذا التساؤل تم استخراج المتوسط النسبي المثوي وكانت النتائج على النحو التالي:

1- طبيعة ونوع الاحداث:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير طبيعة الاحداث على تشكيل الرأي العام وقد كانت النتائج موضحة في الجدول على النحو التالي:

جدول رقم (10) يبين تأثير طبيعة الاحداث على تشكّل الرأي العام في المجتمع

| اتقبل واتفاعل مع القضايا والمواضيع المجتمعية التي تعبر عن: | | | | | | الفقرة | المتغيرات |
|--|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------------|-----------------|
| المجموع | الأحداث المثيرة مثل الأزمات والكوارث | الممارسات العنصرية/ والتعصب | أحداث تمس الوطن | جوانب أخلاقية | قضايا جنائية | | |
| 100% | 25.0% | 23.2% | 8.9% | 26.8% | 16.1% | ذكور | النوع الاجتماعي |
| 100% | 9.9% | 22.1% | 8.3% | 29.3% | 30.4% | إناث | |
| 100% | 16.0% | 30.0% | 8.5% | 26.2% | 15.4% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 12.3% | 30.9% | 3.7% | 28.4% | 24.7% | من 21 الف إلى 40 الف | |
| 100% | 19.8% | 30.2% | 4.3% | 19.8% | 25.9% | من 41 الف إلى 60 الف | |
| 100% | 27.5% | 18.0% | 4.5% | 20.0% | 30.0% | من 61 الف إلى 80 الف | |
| 100% | 26.4% | 25.5% | 10.9% | 20.0% | 17.3% | من 81 الف إلى 100 الف | |

| | | | | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------------|----------------------|
| 100% | 10.3% | 12.8% | 5.1% | 30.8% | 41.0% | أكثر من 100 الف | |
| 100% | 6.0% | 18.0% | 2.0% | 47.8% | 26.0% | 15 – 18 | العمر |
| 100% | 6.9% | 48.3% | 1.7% | 20.7% | 22.4% | 19 – 24 | |
| 100% | 22.1% | 29.2% | 1.8% | 20.4% | 26.5% | 25 – 30 | |
| 100% | 16.9% | 26.8% | 10.4% | 23.4% | 22.5% | 31 – 39 | |
| 100% | 13.7% | 29.1% | 6.0% | 26.5% | 24.8% | 40 + | |
| 100% | 24.6% | 27.0% | 6.6% | 16.4% | 25.4% | أمي | المستوى التعليمي |
| 100% | 17.1% | 26.7% | 10.5% | 24.8% | 21.0% | يقرأ ويكتب | |
| 100% | 20.0% | 31.5% | 4.9% | 36.4% | 7.3% | ابتدائي | |
| 100% | 10.3% | 12.8% | 5.1% | 30.8% | 41.0% | إعدادي | |
| 100% | 6.0% | 28.0% | 2.0% | 48.2% | 16.0% | ثانوية عامة | |
| 100% | 8.1% | 26.4% | 19.7% | 21.5% | 24.3% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | |
| 100% | 5.0% | 33.3% | 35.0% | 5.0% | 21.7% | دراسات عليا | |
| 100% | 5.8% | 34.1% | 25.4% | 13.8% | 21.0% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | الانتماء التنظيمي |
| 100% | 8.7% | 23.3% | 20.4% | 21.8% | 25.7% | منتمي قبليا | |
| 100% | 00% | 50.0% | 35.7% | 7.1% | 7.1% | غير منتمي لأي طرف | |
| 100% | 7.6% | 45.4% | 10.3% | 16.5% | 20.3% | ريف | محل |
| 100% | 8.1% | 26.4% | 19.7% | 21.5% | 24.3% | حضر (مدينة) | الميلاد |
| 100% | 12.88% | 28.57% | 11.10% | 24.05% | 23.42% | متوسط النسبة المئوية | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق يتضح الآتي:-

- أشارت العينة أن طبيعة الحدث كعمارة العنصرية والتعصب تؤثر على تشكيل الرأي العام بنسبة مرتفعة جداً حيث تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 50% لمتغير (غير منتمي لأي طرف) بينما مثلت أقل نسبة 12.8% لمتغيرين مستوى الدخل (أكثر من 100 الف) والمستوى التعليمي (إعدادي).
- أشارت العينة أن طبيعة الاحداث كالجوانب الاخلاقية تؤثر على تشكيل الرأي العام بنسبة مرتفعة حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 48.2% لمتغير المستوى التعليمي (ثانوية عامة) بينما مثلت أقل نسبة 5% لمتغيرين (دراسات عليا).
- أشارت العينة وبنسبة مرتفعة إلى حد ما أن طبيعة الحدث كالقضايا الجنائية تؤثر على تشكيل الرأي العام حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 41% لمتغير مستوى الدخل (أكثر من 100 الف) بينما مثلت أقل نسبة 7.1% لمتغير (غير منتمي لأي طرف).
- أشارت العينة أن طبيعة الاحداث المثيرة مثل الأزمات والكوارث تؤثر على تشكيل الرأي العام وبنسبة منخفضة حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 24.6% لمتغير المستوى التعليمي (أمي) بينما مثلت أقل نسبة 0% لمتغيرين (غير منتمي لأي طرف).
- أشارت العينة أن طبيعة الاحداث التي تمس الوطن تؤثر على تشكيل الرأي العام وبنسبة منخفضة جداً حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 35.7% لمتغير المستوى التعليمي (دراسات عليا) بينما بلغت أقل نسبة 1.7% لمتغير العمر (19-24 سنة).

من خلال الجدول السابق تبين أن المجتمع يتأثر ويتفاعل مع طبيعة ونوع القضايا والاحداث عند تشكيل الرأي العام فقد اخذت الممارسات العنصرية والتعصب أعلى نسبة وكذلك بلغت الجوانب الاخلاقية والقضايا الجنائية نسب جيدة في التأثير، بينما بلغت احداث الازمات والكوارث نسبة ضعيفة في التأثير واتت الاحداث التي تمس الوطن كأدنى نسبة في التأثير وهذا يعتبر مؤشر خطير كون ضعف الانتماء الوطني يؤدي إلى انهيار في تماسك الدولة وسهولة في الارتهان للخارج من قبل مواطني الدولة اليمنية وتركيز الاهتمام بقضايا اخرى غير الوطنية.

2- تأثير قادة الرأي العام:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير قادة الرأي العام على تشكيل الرأي العام وكانت النتائج

موضحة في الجدول على النحو التالي:

جدول رقم (11) يبين تأثير قادة الرأي العام على تشكيل الرأي العام في المجتمع

| اكثر من يمكن أن يشكل الرأي العام في القضايا والمواضيع التي تثارهم: | | | | | | | المتغيرات | |
|--|---|-----------------------|-------------|--------------------|---------------|-----------------------|-------------|--|
| المجموع | الشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي | قادة الأحزاب السياسية | علماء الدين | الوجهات الاجتماعية | مسؤولي الدولة | الفقرة | | |
| 100.00% | 47.80% | 5.80% | 26.30% | 10.50% | 9.60% | ذكور | النوع | |
| 100.00% | 42.20% | 1.40% | 35.30% | 11.10% | 10.00% | أناث | الاجتماعي | |
| 100.00% | 66.70% | 0.60% | 16.70% | 15.40% | 0.60% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل | |
| 100.00% | 67.40% | 1.30% | 13.90% | 17.00% | 0.40% | من 21 الف إلى 40 الف | | |
| 100.00% | 72.70% | 1.00% | 24.20% | 2.10% | 0.00% | من 41 الف إلى 60 الف | | |
| 100.00% | 67.40% | 0.00% | 14.10% | 16.30% | 2.20% | من 61 الف إلى 80 الف | | |
| 100.00% | 58.30% | 6.70% | 6.70% | 28.30% | 0.00% | من 81 الف إلى 100 الف | | |
| 100.00% | 58.30% | 5.00% | 19.40% | 15.00% | 2.30% | أكثر من 100 الف | | |
| 100.00% | 76.40% | 0.00% | 11.80% | 11.80% | 0.00% | 15 - 18 | | |

| | | | | | | | | |
|---------|--------|-------|--------|--------|-------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| 100.00% | 59.60% | 1.10% | 19.10% | 19.10% | 1.10% | 19 – 24 | العمر | |
| 100.00% | 64.40% | 0.00% | 18.20% | 17.40% | 0.00% | 25 – 30 | | |
| 100.00% | 64.80% | 3.40% | 11.40% | 19.30% | 1.10% | 31 – 39 | | |
| 100.00% | 85.20% | 0.00% | 8.20% | 6.60% | 0.00% | 40 + | | |
| 100.00% | 72.90% | 0.00% | 12.90% | 14.20% | 0.00% | أمي | المستوى التعليمي | |
| 100.00% | 60.70% | 1.40% | 9.50% | 28.40% | 0.00% | يقرأ ويكتب | | |
| 100.00% | 44.20% | 7.00% | 25.60% | 20.90% | 2.30% | ابتدائي | | |
| 100.00% | 71.90% | 0.00% | 17.50% | 8.80% | 1.80% | إعدادي | | |
| 100.00% | 71.40% | 0.00% | 17.50% | 11.10% | 0.00% | ثانوية عامة | | |
| 100.00% | 55.00% | 2.30% | 22.10% | 19.80% | 0.80% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | | |
| 100.00% | 63.20% | 2.30% | 19.50% | 14.60% | 0.40% | دراسات عليا | | |
| 100.00% | 67.40% | 0.00% | 16.30% | 15.60% | 0.70% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | | الانتماء التنظيمي |
| 100.00% | 56.80% | 3.00% | 16.70% | 23.50% | 0.00% | منتمي قبليا | | |
| 100.00% | 77% | 0.00% | 12.20% | 9.80% | 0.80% | غير منتمي لأي طرف | | |
| 100.00% | 64.70% | 0.90% | 16.30% | 17.50% | 0.60% | ريف | محل الميلاد | |
| 100.00% | 77.80% | 0.80% | 9.70% | 11.10% | 0.60% | حضر (مدينة) | | |
| 100.00% | 64.57% | 1.76% | 16.84% | 15.41% | 1.41% | متوسط النسبة المئوية | | |

عرض النتائج وتحليلها:

يتضح من الجدول السابق توزيع نسب التأثير لقيادة الرأي العام على تشكيل الرأي العام وكانت كالاتي:-

- أشارت العينة أن فئة الشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي يؤثرون في تشكيل الرأي العام بنسبة مرتفعة جداً حيث تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 85.20% لمتغير العمر (40 فأكثر) بينما مثلت أقل نسبة 44.20% لمتغير المستوى (التعليمي إعدادي).
- أشارت العينة أن فئة علماء الدين يؤثرون في تشكيل الرأي العام بنسبة ضعيفة حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 35.30% لمتغير النوع الاجتماعي (إناث) بينما مثلت أقل نسبة 6.70% لمتغير مستوى الدخل (من 81-100 الف).
- أشارت العينة أن فئة الوجاهات الاجتماعية يؤثرون في تشكيل الرأي العام بنسبة منخفضة حيث تفاوتت النسب وبلغت أعلى نسبة 28.40% لمتغير المستوى التعليمي (يقراً ويكتب) بينما مثلت أقل نسبة 2.10% لمتغير مستوى الدخل (من 41-60 الف).
- أشارت العينة أن فئة قادة الاحزاب السياسيين يؤثرون في تشكيل الرأي العام بنسبة منخفضة جداً وبلغت أعلى نسبة 7% لمتغير المستوى التعليمي (ابتدائي) بينما بلغت أقل نسبة 0% لمتغير مستوى الدخل (من 61-80 الف) و (العمر) و (من 15-18، 25-30، 40 فأكثر) وكذلك للمستوى التعليمي (أمي، ابتدائي، إعدادي) وأخيراً للانتماء التنظيمي (من منتمي وغير المنتمين لحزباً أو تنظيم).
- أشارت العينة أن فئة مسؤولي الدولة يؤثرون في تشكيل الرأي العام بنسبة منخفضة ومتدنية جداً وبلغت أعلى نسبة 10% لمتغير النوع الاجتماعي (إناث) بينما بلغت أقل نسبة 0% لمتغير مستوى الدخل (من 41-60 الف) والعمر (من 15-18، 25-30، 40 فأكثر) وكذلك للمستوى التعليمي أمي ويقراً ويكتب وتأنوي واخيراً للانتماء التنظيمي من المنتمي قبلياً.

من خلال الجدول السابق تبين أن قادة الرأي العام يلعبون دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام اليمني فقد كانت الأعلى تأثيراً الشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعية وقد أخذت أعلى نسبة وبشكل ملحوظ نتيجة ظهور عدد كبير من قنوات التواصل الاجتماعي وانجذاب المجتمع لمشاهدتها ومتابعة كل جديد فيها ويرى افراد المجتمع أن هذه الفئة المؤثرة والجديدة قريبة منه وتمتاز بالبساطة وهذا ما يجعله يتأثر بها بشكل كبير، كما وجدت النسب ضعيفة لقيادة الرأي من علماء الدين والوجاهات الاجتماعية قد يرجع ذلك إلى ان هذه الفئتين لم يعد المجتمع يثق بها نتيجة تقلباتها السياسية والدينية مع تقلبات الوضع السياسية وسعيها لتحقيق مصالحها الشخصية مما اضعف التأثير بها، كما وجد تدني كبير في النسب من مسؤولي الدولة وقادة الاحزاب السياسية وهذا قد يرجع إلى كون

المجتمع فقد الثقة بهؤلاء القادة نتيجة كثرة الوعود الكاذبة وانتشار الفساد المالي والإداري في اوساطهم.

3- النظام السياسي:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير النظام السياسي على تشكيل الرأي العام وكانت النتائج موضحة في الجدول (12) على النحو التالي:

جدول رقم (12) يبين تأثير النظام السياسي على تشكيل الرأي العام في المجتمع

| اذا كانت اجابتك ب (لا) فإن سبب ذلك | | | | اثق في قضايا الرأي العام التي يثيرها النظام السياسي تجاه حدث عام | | | الفقرة | |
|--------------------------------------|--|--|----------------------------|--|-------|-------|----------------------|-----------------|
| المجموع | اهتمام النظام السياسي بالقضايا التي تخص مصالحه فقط | عدم اهتمام النظام السياسي بقضايا المجتمع | عدم ثقتي في النظام السياسي | المجموع | لا | نعم | المتغيرات | |
| | | | | | | | النوع الاجتماعي | مستوى الدخل |
| 100% | 29.0% | 18.5% | 52.5% | 100% | 81.8% | 18.2% | ذكور | النوع الاجتماعي |
| 100% | 40.0% | 28.0% | 32.0% | 100% | 73.7% | 26.3% | إناث | |
| 100% | 41.0% | 21.3% | 37.7% | 100% | 90.0% | 10.0% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 29.2% | 16.7% | 54.2% | 100% | 84.1% | 15.9% | من 21 الف إلى 40 الف | |
| 100% | 30.9% | 12.5% | 56.6% | 100% | 82.4% | 17.6% | من 41 الف إلى 60 الف | |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------|-------|------|-------|-------|---|---------------------|
| 100% | 54.2% | 14.3% | 28.6% | 100% | 84.0% | 16.0% | من 61 الف 80 الف | |
| 100% | 31.7% | 11.7% | 56.7% | 100% | 86.0% | 14.0% | من 81 الف إلى 100 الف | |
| 100% | 34.3% | 14.3% | 51.3% | 100% | 85.7% | 14.3% | أكثر من 100 الف | |
| 100% | 27.5% | 5.0% | 54.2% | 100% | 86.3% | 13.7% | 15 – 18 | العمر |
| 100% | 30.0% | 10.0% | 60.0% | 100% | 83.9% | 16.1% | 19 – 24 | |
| 100% | 39.7% | 9.5% | 50.9% | 100% | 90.9% | 9.1% | 25 – 30 | |
| 100% | 29.6% | 16.7% | 53.7% | 100% | 77.3% | 22.7% | 31 – 39 | |
| 100% | 57.1% | 29.2% | 16.7% | 100% | 83.6% | 16.4% | 40 + | |
| 100% | 40.0% | 14.3% | 45.7% | 100% | 82.6% | 17.4% | أمي | المستوى التعليمي |
| 100% | 31.1% | 17.8% | 51.1% | 100% | 94.6% | 5.4% | يقراً ويكتب | |
| 100% | 32.3% | 16.2% | 51.5% | 100% | 72.1% | 27.9% | ابتدائي | |
| 100% | 30.4% | 12.7% | 56.9% | 100% | 83.7% | 16.3% | إعدادي | |
| 100% | 36.2% | 19.0% | 44.8% | 100% | 84.4% | 15.6% | ثانوية عامة | |
| 100% | 31.8% | 18.2% | 50.0% | 100% | 86.1% | 13.9% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | |
| 100% | 26.9% | 12.9% | 60.2% | 100% | 84.8% | 15.2% | دراسات عليا | |
| 100% | 33.7% | 9.8% | 56.5% | 100% | 85.4% | 14.6% | منتمي حزبياً | |
| | | | | | | | الانتماء التنظيمي | |

| | | | | | | | | |
|------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|----------------------------|----------------|
| | | | | | | | أو تنظيميا | |
| 100% | 34.3% | 14.3% | 51.3% | 100% | 87.7% | 12.3% | منتمي قبليا | |
| 100% | 29.2% | 16.7% | 67.5% | 100% | 82.6% | 17.4% | غير منتمي لأي طرف | |
| 100% | 34.1% | 14.0% | 52.0% | 100% | 81.8% | 18.2% | ريف | محل الميلاد |
| 100% | 40.7% | 22.0% | 37.4% | 100% | 73.7% | 26.3% | حضر (مدينة) | |
| 100% | 35% | 15.80% | 49.20% | 100 % | 83.57% | 16.43% | متوسط النسبة المئوية | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق رقم (12) يتضح الآتي:

- أشارت العينة أن هناك عدم ثقة في قضايا واحداث الرأي العام التي يثيرها النظام السياسي حيث بلغت نسبة المتوسط بمن لا يتقون بالنظام السياسي 83.57% وهي نسبة عالية جداً وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب حيث كانت أعلى نسبة 94.6% لمن أكد ذلك لمتغير المستوى التعليمي (يقراً ويكتب) وادني نسبة 73.7% لمتغيري النوع الاجتماعي (إناث) ومحل الميلاد (مدينة).
- أشارت العينة أن من لا يرون أن هناك تأثير للنظام السياسي في تشكيل الرأي العام كان نتيجة عدم الثقة في النظام السياسي بنسبة عالية جداً حيث بلغ متوسط النسبة 49.20% وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 67.5% لمتغير (غير منتمي لأي طرف) بينما مثلت أقل نسبة 12.8% لمتغير العمر (40 فأكثر).
- أشارت العينة أن من لا يرون أن هناك تأثير للنظام السياسي في تشكيل الرأي العام كان نتيجة اهتمام النظام السياسي بالقضايا التي تخص مصالحه فقط حيث بلغت النسبة مرتفعة وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 54.2% لمتغير مستوى الدخل (من 61-80 الف) بينما مثلت أقل نسبة 26.9% لمتغير المستوى التعليمي (دراسات عليا).
- أشارت العينة أن من لا يرون أن هناك تأثير للنظام السياسي في تشكيل الرأي العام كان نتيجة عدم اهتمام النظام السياسي بالقضايا المجتمعية حيث بلغت النسبة منخفضة وقد تفاوتت النسب

بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة 29.2% لمتغير العمر (40 فأكثر) بينما مثلت أقل نسبة 5% لمتغير العمر (15-18 سنة).

من خلال الجدول السابق تبين أن المجتمع لا يتأثر بالنظام السياسي بشكل كبير إذ وجد أن المجتمع المستهدف قد أعطى انطباع سلبي تجاه القضايا والأحداث التي يتبناها النظام السياسي اتي ذلك نتيجة عدة اسباب لعل من اهمها عدم ثقة المجتمع في النظام السياسي فقد اعطى نسبة عالية بعدم القبول، بينما كان السبب الثاني ان المجتمع يرى في النظام السياسي أنه يهتم بالقضايا والأحداث التي تخص مصالحه فقط، وكان السبب الثالث عدم اهتمام النظام السياسي بقضايا المجتمع ومن الملاحظ أن النسب قد تفاوتت نتيجة عدم ثقة المجتمع المسبقة بأي نظام او حزب او تكتل وهذا الانطباع قد يكون نتيجة تراكمات سابقة عاصرها افراد المجتمع وتوكده النتيجة أن ما يهتم به النظام السياسي هو ما يخدم مصالحه فقط.

4- المصالح العامة والخاصة:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير المصالح العامة والخاصة على تشكيل الرأي العام وكانت النتائج موضحة في الجدول رقم (13) على النحو التالي:

جدول رقم (13) يبين تأثير المصالح على التفاعل مع قضايا الرأي العام في المجتمع

| اتفاعل مع القضايا والمواضيع المجتمعية المرتبطة ب: | | | الفقرة | |
|---|----------------|--------------|-----------------------------|------------------|
| المجموع | المصالح العامة | مصالح الخاصة | المتغيرات | |
| 100% | 46.1% | 53.9% | ذكور | النوع الاجتماعي |
| 100% | 26.7% | 73.3% | إناث | |
| 100% | 33.3% | 66.7% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 31.9% | 68.1% | من 21 الف إلى 40 الف | |
| 100% | 45.5% | 54.5% | من 41 الف إلى 60 الف | |
| 100% | 30.3% | 69.7% | من 61 الف إلى 80 الف | |
| 100% | 36.7% | 63.3% | من 81 الف إلى 100 الف | |
| 100% | 31.0% | 69.0% | أكثر من 100 الف | العمر |
| 100% | 26.7% | 73.3% | 15 - 18 | |
| 100% | 31.9% | 68.1% | 19 - 24 | |
| 100% | 33.0% | 67.0% | 25 - 30 | |
| 100% | 45.5% | 54.5% | 31 - 39 | |
| 100% | 56.3% | 43.7% | 40 + | |
| 100% | 32.8% | 67.2% | أمي | المستوى التعليمي |
| 100% | 38.2% | 61.8% | يقرأ ويكتب | |
| 100% | 37.6% | 62.4% | ابتدائي | |
| 100% | 28.8% | 71.2% | إعدادي | |
| 100% | 35.8% | 64.2% | ثانوية عامة | |
| 100% | 38.9% | 61.1% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | |
| 100% | 37.5% | 62.5% | دراسات عليا | |
| 100% | 35.7% | 64.3% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | |
| 100% | 30.3% | 69.7% | منتمي قبليا | |

| | | | | |
|------|--------|--------|----------------------|---------|
| 100% | 36.7% | 63.3% | غير منتمي لأي طرف | |
| 100% | 42.3% | 57.7% | ريف | محل |
| 100% | 12.5% | 87.5% | حضر (مدينة) | الميلاد |
| 100% | 35.28% | 64.72% | متوسط النسبة المئوية | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق رقم (13) يتضح الآتي:-

- أشارت غالبية مفردات العينة أن المجتمع يرى أن المصلحة الشخصية للفرد تساهم بشكل كبير جداً في تشكيل رأيه العام حول القضايا والاحداث حيث كانت النسب متقاربة جداً في المتغيرات وكانت أعلى نسبة فيها 87.5% لمتغير محل الميلاد (حضر) وأدنى نسبة 43.7% للعمر (40 فأكثر).
- أشارت مفردات العينة وبنسبة ضعيفة إلى عدم اهتمام الأفراد بالقضايا والاحداث التي تخدم المصالح العام وأنه لا يتأثر بها ولا يبني عليها رأيه العام حيث كانت أعلى نسبة فيها 56.3% لمستوى العمر (40 فأكثر) وأدنى نسبة 12.5% لمحل الميلاد (حضر).

من خلال الجدول السابق رقم (13) تبين أن هناك عوامل أخرى يتفاعل معها المجتمع كعامل المصالح العامة والخاصة فقد بينت النتائج أن الأفراد يتفاعلون مع القضايا والاحداث التي تخدم مصالحهم الخاصة، وهذا بدوره يبين أن ما يتفاعل معه الفرد من قضايا رأي عام هو ما يخدم مصلحته الشخصية أكثر من المصلحة العامة كما يلعب النوع الاجتماعي والعمر والسن والمستوى التعليمي في تحديد أهمية ما اذا سيتفاعل معه لمصلحته الشخصية أو العامة.

وسائل الاتصال الجماهيرية:

يقيس الباحث في هذا المحور مدى تأثير وسائل الاتصال الجماهير (التقليدية والحديثة) في تشكيل الرأي العام وكانت النتائج موضحة في الجدول رقم (14) على النحو التالي:

جدول رقم (14) يبين تأثير وسائل التواصل الجماهيري في تشكيل الرأي العام

| اتلقى المواضيع والأحداث المهمة تجاه أي قضية يثيرها الرأي العام من خلال: | | | | | | | الفقرة | |
|---|-----------|---------|--------|----------|-----------|-----------|-----------------------|-------------|
| المجموع | التلفزيون | الإذاعة | الصحف | اليوتيوب | الواتس أب | الفيس بوك | المتغيرات | |
| 100% | 2.70% | 7.30% | 5.50% | 20.80% | 32.50% | 31.20% | ذكور | النوع |
| 100% | 3.10% | 4.60% | 4.20% | 16.70% | 42.20% | 29.20% | أناث | الاجتماعي |
| 100% | 5.40% | 8.50% | 4.50 % | 16.30% | 35.60% | 29.70% | أقل من 20.000 | مستوى الدخل |
| 100% | 3.20% | 15.70% | 1.80% | 19.60% | 26.36% | 33.34% | من 21 الف إلى 40 الف | |
| 100% | 2.10% | 5.40% | 6.50% | 18.50% | 36.60% | 30.90% | من 41 الف إلى 60 الف | |
| 100% | 4.60% | 5.30% | 5.10% | 20.30% | 27.60% | 37.10% | من 61 الف إلى 80 الف | |
| 100% | 2.60% | 3.80% | 4.50% | 17.70% | 39.70% | 31.70% | من 81 الف إلى 100 الف | |
| 100% | 3.50% | 4.70% | 5.90% | 14.30% | 37.30% | 34.30% | أكثر من 100 الف | |
| 100% | 5.80% | 4.70% | 2.80% | 37.50% | 27.70% | 21.50% | 15 – 18 | العمر |
| 100% | 5.02% | 2.40% | 0.98% | 35.00% | 27.00% | 29.60% | 19 – 24 | |
| 100% | 2.70% | 7.30% | 4.70% | 28.80% | 27.00% | 29.50% | 25 – 30 | |

| | | | | | | | | | |
|------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-----------------------------------|---------------------|----------------------|
| 100% | 2.80% | 6.20% | 4.90% | 26.50% | 27.00% | 32.60% | 31 – 39 | المستوى التعليمي | |
| 100% | 5.10% | 4.00% | 7.30% | 21.90% | 26.80% | 34.90% | 40 + | | |
| 100% | 48.18% | 45.10% | 0.27% | 5.90% | 0.34% | 0.21% | أمي | | |
| 100% | 4.10% | 4.20% | 3.50% | 25.60% | 29.50% | 33.10% | يقرأ ويكتب | | |
| 100% | 4.80% | 6.30% | 3.70% | 22.60% | 30.30% | 32.30% | ابتدائي | | |
| 100% | 6.60% | 2.80% | 7.00% | 36.20% | 21.40% | 26.00% | إعدادي | | |
| 100% | 2.60% | 4.00% | 3.30% | 42.3% | 21.0% | 26.8% | ثانوية عامة | | |
| 100% | 2.40% | 2.60% | 8.10% | 22.10% | 23.60% | 41.20% | دبلوم بعد الثانوية أو جامعي | | |
| 100% | 1.80% | 8.40% | 2.60% | 27.00% | 28.40% | 31.80% | دراسات عليا | | |
| 100% | 9.70% | 3.6% | 4.70% | 24.20% | 25.60% | 35.80% | منتمي حزبيا أو تنظيميا | | الانتماء التنظيمي |
| 100% | 2.90% | 4.92% | 0.78% | 19.50% | 37.60% | 34.30% | منتمي قبليا | | |
| 100% | 2.5% | 6.1% | 1.0% | 33.50% | 21.30% | 35.60% | غير منتمي لأي طرف | | |
| 100% | 13.1% | 14.0% | 0.2% | 14.00% | 38.90% | 19.80% | ريف | | محل الميلاد |
| 100% | 0.9% | 2.2% | 3.1% | 22.00% | 31.10% | 40.70% | حضر (مدينة) | | |
| 100% | 5.93% | 7.52% | 3.88% | 23.55% | 28.90% | 30.53% | متوسط النسبة المئوية | | |
| 100% | 17.32% | | | 82.98% | | | أجمالي النسبة المئوية | | |

عرض النتائج وتحليلها:

من خلال الجدول السابق رقم (14) يتضح الآتي:-

- 1- بينت النتائج أن غالبية مفردات العينة ترى أن هناك تأثير لوسائل الاتصال الحديثة بشكل كبير جداً في تلقي القضايا والاحداث وقد تمثلت في (الفييس بوك، الوتس أب، يوتيوب) وذلك لتشكيل رأيه العام وتحديد مساره، وقد كانت نسب المتوسط المئوية متقاربة جداً لهذه الوسائل حيث بلغت أعلى نسبة 30.5% لوسيلة الاتصال (فييس بوك) يليها نسبة 28.9% لوسيلة الاتصال (واتس أب) وفي الاخير نسبة 23.5% لوسيلة الاتصال (يوتيوب).
- أشارت العينة أن الفييس بوك يؤثر بنسبة عالية جداً في تشكيل الرأي العام إذ يعتبر مصدر رئيسي لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة من المتغيرات 41.2% لمتغير المستوى التعليمي (دبلوم بعد الثانوية أو جامعي) وأدنى نسبة 0.21% للمستوى التعليمي (أمي).
- أشارت العينة أن الواتس أب يؤثر بنسبة عالية في تشكيل الرأي العام كما يعتبر مصدر لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة من المتغيرات 42.2% لمتغير النوع الاجتماعي (اناث) وأدنى نسبة 0.34% للمستوى التعليمي (أمي).
- أشارت العينة أن اليوتيوب يؤثر بنسبة جيدة في تشكيل الرأي العام كما يعتبر مصدر لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب وبلغت أعلى نسبة من المتغيرات 42.3% لمتغير المستوى التعليمي (ثانوية عامة) وأدنى نسبة 5.9% للمستوى التعليمي (أمي).
- 2- بينت النتائج أن مفردات العينة تتلقى قضايا واحداث الرأي العام بنسبة ضعيفة عبر وسائل الاتصال التقليدية (الصحف، الإذاعة، التلفزيون) حيث بلغت نسب المتوسط المئوي متقاربه جداً ومدنية وقد بلغ أعلى نسبة 7.5% لوسيلة الاتصال (إذاعة) يليها نسبة 5.9% لوسيلة الاتصال (التلفزيون) بينما حصلت اقل نسبة 3.8% لوسيلة الاتصال (الصحف).
- أشارت العينة أن الإذاعة تؤثر بنسبة ضعيفة في تشكيل الرأي العام إذ تعتبر مصدر ضعيف لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب حيث بلغت أعلى نسبة من المتغيرات 45.2% لمتغير المستوى التعليمي (أمي) وأدنى نسبة 2.2% لمحل الميلاد (مدينة).
- أشارت العينة أن التلفزيون يؤثر بنسبة ضعيفة جداً في تشكيل الرأي العام كما يعتبر مصدر ضعيف جداً لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب حيث بلغت أعلى نسبة من المتغيرات 48.2% لمتغير المستوى التعليمي (أمي) وأدنى نسبة 0.9% لمحل الميلاد (مدينة).
- أشارت العينة أن الصحف تؤثر بنسبة متدنية وضعيفة جداً في تشكيل الرأي العام كما تعتبر مصدر ضعيف جداً لتلقي المعلومات حول القضايا والاحداث وقد تفاوتت النسب بشكل متقارب

وبلغت أعلى نسبة من المتغيرات 8.10% لمتغير المستوى التعليمي (دبلوم بعد الثانوية أو جامعي) وأدنى نسبة 0.27% للمستوى التعليمي (أمي).

من خلال الجدول السابق تبين أن هناك تباين في نتائج وسائل التواصل الجماهيري فقد أوضحت النتائج أن وسائل الاتصال الحديثة "وسائل التواصل الاجتماعي" (الفيس بوك، الواتس اب، اليوتيوب) كانت أكثر تأثيراً من وسائل الاتصال التقليدية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف) أي أن أفراد المجتمع يتفاعلون مع القضايا والأحداث التي تأتي عبر وسائل التواصل الاجتماعية أكثر من غيرها، وهنا يتضح الفرق الكبير في تلقي المواضيع والأحداث التي يثيرها الرأي العام في الوقت الراهن وهذا بدوره يبين أن وسائل الاعلام الحديثة تمثل أهمية كبيرة في تحديد مسار واتجاه الرأي العام اليمني، ومن الملاحظ أن النسب قد تفاوتت من خلال المتغيرات الديموغرافية ولكن الملفت أن ادنى نسبة في وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، يوتيوب، واتس أب) وهي نفسها أعلى نسبة في وسائل الاتصال التقليدية (الإذاعة، التلفزيون) هي لمتغير المستوى التعليمي (أمي) ويرى الباحث بأن ذلك طبيعياً كون هذه الفئة تواجه صعوبة كبيرة في استخدام وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة كما أنها في نفس الوقت من أكثر متابعي المواضيع والأحداث عبر الوسائل التقليدية المسموعة والمرئية.

- النتائج المتعلقة بتساؤل الدراسة الثالث: هل للعوامل الشخصية تأثير على مسار العوامل الاجتماعية ومسار العوامل الأخرى المؤقتة عند تشكيل الرأي العام تجاه القضايا والأحداث المجتمعية ؟

قام الباحث بتحديد العوامل الشخصية في العوامل المرتبطة بالنوع الاجتماعي والعمر والمستوى التعليمي ومستوى الدخل ومحل الميلاد.

من خلال استعراض الجداول السابقة والتحليلات التي ارتبطت بها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية وجد أن هناك تباين يُعزى للمتغيرات الديموغرافية عند الاستجابة لعينة الدراسة في الإجابة على تساؤلات الدراسة الأولى المتعلقة بالعوامل الاجتماعية والثاني المتعلق بالعوامل الأخرى المؤقتة حيث أن ظهور مثل تلك التباينات يؤكد لنا أن للعوامل الشخصية تأثير في تشكيل الرأي العام وفقاً لبعض المحاكات الديموغرافية كما هو موضح في متن هذه الدراسة ومن هنا فإننا نستطيع القول أن للعوامل الشخصية دور مهم في تشكيل الرأي العام.

خلاصة النتائج:

أكدت النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

أولاً: في ما يتعلق بالعوامل الاجتماعية المؤثرة في الرأي العام اليمني.

- وجد أن عامل الدين يلعب دوراً كبيراً ومؤثراً في تحديد مسار واتجاه الرأي العام.
- وجد أن عامل الثقافة (العادات والتقاليد) يلعب دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام.
- وجد أن هناك تأثيراً متفاوتاً للانتماء الاجتماعي تجاه الرأي العام إذ وجد أن المجتمع يتلقى الاخبار في القضايا والمواضيع التي يتفاعل معها من أولاً: المشايخ والاعيان، ثانياً: العائلة والاسرة، ثالثاً: الجماعات التي ينتمي إليها، رابعاً: الاصدقاء والمعارف، خامساً: زملاء العمل والمدرسة.

ثانياً: في ما يتعلق بالعوامل المؤثرة في الرأي العام اليمني.

يتبين من النتائج السابقة أن هناك عوامل أخرى موقته تؤثر بشكل كبير في تشكيل الرأي العام وتحديد مساره واتجاهاته ومن هنا فقد اتضح الآتي:

- وجد أن طبيعة ونوع الاحداث تؤثر في تشكيل الرأي العام إذ وجد أن المجتمع يتقبل ويتفاعل مع القضايا والاحداث التي تهتم أولاً: بالممارسات العنصرية والتعصب، ثانياً: بالجوانب الاخلاقية، ثالثاً: بالقضايا الجنائية، رابعاً: بالأحداث المثيرة مثل الازمات والكوارث، خامساً واخيراً: بالأحداث التي تمس الوطن.
- وجد أن هناك تأثيراً لقيادة الرأي العام في تشكيل الرأي العام وقد بينت النتائج أن المجتمع قد حدد أكثر القادة تأثيراً على النحو التالي أولاً: الشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي وتعتبر هذه الفئة الأكثر تأثيراً من وجهة نظر العينة، ثانياً: علما الدين، ثالثاً: الوجاهات الاجتماعية، رابعاً وخامساً: قادة الاحزاب السياسية ومسؤولي الدولة.
- تبين أن المجتمع لا يتأثر بقضايا الراي العام التي يثيرها النظام السياسي ويرجع سبب ذلك إلى أن المجتمع أولاً: عدم ثقة المجتمع في النظام السياسي، ثانياً: اهتمام النظام السياسي بالقضايا والاحداث التي تخص مصالحه فقط، ثالثاً: عدم اهتمام النظام السياسي بقضايا المجتمع.
- وجد أن المجتمع يتأثر ويتفاعل مع القضايا والاحداث التي تخدم مصالحه الخاصة أكثر من تلك القضايا التي تخدم الصالح العام.
- وجد أن لوسائل الاتصال الجماهيري (التقليدية والحديثة) تأثيراً في تشكيل الرأي العام وقد تبين أن المجتمع يتلقى الاحداث المهمة تجاه أي قضية من هذه الوسائل ولكن كانت النتائج توضح أن وسائل الاتصال الحديثة (الفيس بوك، الواتس أب، يوتيوب) تلعب دوراً هاماً في تشكيل الراي العام ولها تأثير قوي في توجيه الرأي العام أكثر من وسائل الاتصال التقليدية (الاذاعة، التلفزيون، الصحف).

ثالثاً: في ما يتعلق بالعوامل الدائمة (المتغيرات الديموغرافية) المؤثرة على الرأي العام اليمني.

1- فيما يتعلق بالعوامل الاجتماعية:

- وجد أن أكثر من يتفاعل مع الاحداث والقضايا التي تتعرض للجانب الثقافى (العادات والتقاليد) والجانب الدينى هو متغير المستوى التعليمى (أمى، ابتدائى)
- بينما وجد أن أكثر من يتلقى الاخبار والمعلومات حول القضايا أولاً: من العائلة والاسرة هو متغير المستوى التعليمى (ابتدائى) ثانياً: من الاصدقاء والمعارف هو متغير الانتماء التنظيمى (غير منتمى لأي طرف) ثالثاً: من زملاء العمل والدراسة هو متغير محل الميلاد (حضر(مدينة)) رابعاً: من الجماعات الاجتماعية التي انتمى إليها هو متغير الانتماء التنظيمى (منتمى حزبياً أو تنظيمياً) وخامساً: من المشايخ والاعيان هو متغير النوع الاجتماعى (ذكور).

2- فيما يتعلق بالعوامل الأخرى المؤقتة:

- وجد أن أكثر المتغيرات الديموغرافية التي تتفاعل مع طبيعة ونوع الاحداث التي تشكل الرأي العام أولاً: في القضايا الجنائية هو متغير مستوى الدخل (أكثر من 100 الف)، ثانياً: في الجوانب الاخلاقية هو متغير المستوى التعليمى (ثانوى)، ثالثاً: في الاحداث التي تمس الوطن هو متغير المستوى التعليمى (دراسات عليا)، رابعاً: في القضايا العنصرية هو متغير الانتماء التنظيمى (غير منتمى لأي طرف)، خامساً: في الاحداث المثيرة مثل الازمات والكوارث هو متغير المستوى التعليمى (أمى).
- وجد أن أكثر من يتأثر بقيادة الرأي العام من افراد المجتمع أولاً: بمسؤولي الدولة هو متغير النوع الاجتماعى (إناث)، ثانياً: بالوجهات الاجتماعية هو متغير المستوى التعليمى (يقرأ ويكتب)، ثالثاً: بعلماء الدين هو متغير النوع الاجتماعى (إناث)، رابعاً: بقيادة الأحزاب السياسية هو متغير المستوى التعليمى (ابتدائى)، خامساً: بالشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعى هو متغير العمر (40سنة فأكثر).
- وجد أن أكثر من لا يثق بقضايا الرأي العام التي يثيرها النظام السياسى هو متغير المستوى التعليمى (يقرأ ويكتب) والانتماء التنظيمى (غير منتمى لأي طرف) ومستوى الدخل (61-80الف) والعمر (40سنة فأكثر).
- وجد أن من يتأثر بقضايا الرأي العام وفقاً لمصلحة هو متغير محل الميلاد(حضر)، بينما من يتأثر وفقاً للمصلحة العامة هو متغير المستوى العمر(40سنة فأكثر).
- وجد أن من يتأثر بوسائل الاتصال التقليدية (صحف، إذاعة، تلفزيون) هو المتغير المستوى التعليمى (أمى)، بينما وجد أن ما يتأثر بوسائل الاتصال الحديثة فيس بوك هو متغير المستوى التعليمى (دبلوم بعد الثانوية والجامعى)، واتس أب هو متغير النوع الاجتماعى (إناث)، يوتيوب هو متغير المستوى التعليمى (ثانوية عامة).

يتضح لنا من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن العوامل الدائمة المتمثلة في الجوانب الديموغرافية لها دور كبير في تحديد مسار الرأي العام فقد وجد أن النوع الاجتماعي له تأثير في انتقاء الأحداث والقضايا المجتمعية المرتبطة بالرأي العام وكذلك وجد أن مستوى الدخل له تأثير في بعض القضايا والأحداث المجتمعية وكذلك المستوى التعليمي والعمر والانتماء التنظيمي ومحل الميلاد كل هذه العوامل لها دوراً مؤثراً في تحديد اتجاه أي قضية أو حدث رأي عام.

التوصيات الخاصة بنتائج الدراسة:

- 1- ضرورة اهتمام النظام السياسي بعرض القضايا والأحداث المجتمعية.
- 2- الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي عبر إيجاد وسائل تخدم المصلحة العامة.
- 3- تنظيم حملات توعوية للمجتمع عبر وسائل التواصل الاجتماعي تهدف إلى رفع مستوى الاهتمام بالمصالح العامة والمحافظة عليها.
- 4- الاهتمام بالنشء وإعادة رسم التنشئة فيما يتعلق بالانتماء الوطني.
- 5- إعادة النظر في مسألة الانتماء الوطني وذلك عبر فصل أي مشاعر سلبية تجاه السلطة السياسية عن المشاعر تجاه الوطن والوطنية وتأسيس الوطنية في المناهج الدراسية.
- 6- نشر الوعي لدى أفراد المجتمع حول خطورة عوامل التأثير الاجتماعية والمؤقتة المختلفة وأثرها في تشكيل الآراء للمجتمع، وإرشادهم حول مخاطرها وكيفية الاستفادة منها بصورة مفيدة.
- 7- الاهتمام الكبير بمضامين الموضوعات والأحداث التي تقدمها وسائل الاتصال التقليدية لتلبية الاحتياجات الفكرية والاجتماعية للمجتمع.
- 8- طرح القضايا التي تهم المجتمع، والرأي العام دون تسييسها أو التلاعب بها لخدمة مصالح النظام أو لجماعات الدين أو الأحزاب لأن هذا بدوره سيؤدي إلى عدم الثقة بما يتم طرحه من قضايا.
- 9- ضرورة أن تعمل وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية على زيادة الوعي والمعرفة بالقضايا المختلفة التي تساهم في تغيير سلوك الأفراد.
- 10- إيلاء قضايا الجانب الوطني اهتمام عالي عبر تفعيل تكتل من الشخصيات المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعية والوجهات الاجتماعية وغيرهم من قادة الرأي بهدف إثارة أي قضايا أو أحداث تمس بالوطن بشكل جماعي يضمن امتدادها إلى أكبر شريحة من المجتمع.

خلاصة الدراسة:

إن لكل مجتمع نطاقه المركزي الذي يشير إلى مراكز القوة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وان هذا النطاق المركزي للمجتمع هو المصدر الأساسي للقضايا التي تكون محلا للصراع والاختلاف والحوار والذي يشكل من محصلته النهائية الرأي العام، مع العلم أن هذه العوامل وأثرها في عملية تكوين الرأي العام لا تلعب الدور نفسه في جميع البلدان، بل تتفاوت من حيث قوة كل منها من بلد إلى آخر، وفي البلد الواحد من فترة إلى أخرى بحسب الظروف التي يعيشها المجتمع ودرجة تقدمه وتطوره وكذلك درجة تأثر المجتمع بالمجتمعات الأخرى.

إذا فهذه العوامل مجتمعة سواء كانت فسيولوجية، اجتماعية، أو مؤقتة - هي تؤثر بصورة جلية في تشكيل الرأي العام وتتطلب منه. فمن يرد التأثير في الرأي العام بشكل إيجابي أو سلبي مدروس، فعليه معرفة كيفية الاستفادة من هذه العوامل والتلاعب بها في البيئة المحيطة للمجتمع الذي يسعى إلى السيطرة عليه، كأن يرشد ذلك الجمهور و يهيئ له بيئة مناسبة تنمو فيها الثقافة الحقيقية، وإبراز قادة يؤثرون في الرأي العام للمجتمع كله، وكذا الاستخدام الأمثل للأدوات ووسائل التأثير المناسبة. في حالت التأثير الإيجابي على سبيل المثال من خلال نشر مفاهيم للدين الرشيد، وأخذ التعليم ومناهجه الجديرة بالتعليم، والعناية بالعملية التعليمية وأساليبها (بيئتها ومعلميها وإمكاناتها)، واختيار الثقافة الاجتماعية الدافعة للتقدم، أو تنمية الأسرة بتماسك وثقافة تنويرية صحيحة، مع إيجاد بيئة الحرية والسياسية التي تشجع على الحوار وتنظر إلى الجمهور بشكل إيجابي دافع للإفادة والاستفادة، والتربية على الحوار، وبيئة إحقاق الحق، واستخدام وسائل الإعلام للتوعية، الترشيح والحوار البناء وإظهار الحقائق وتداول المعلومات الصحيحة وغير المضللة. في هذه الحالة فقط، وعند إيجاد هذه البيئة المتكاملة يمكننا أن نتوقع صدور رأي عام رشيد، يساهم في نهضة المجتمع ويضبط سلوكه وتصوراتهِ وينجح في تلافي مشكلاته وعلاج انحرافاتهِ.

قائمة المصادر والمراجع

1. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، الموصل، جامعة الموصل، 1984.
2. أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1978.
3. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1992.
4. أحمد سيد مصطفى، إدارة السلوك التنظيمي: رؤية معاصرة، مصر، جامعة بنها، 2000م.
5. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الإسكندرية، مركز التنمية الإدارية / كلية التجارية / جامعة الإسكندرية، ط6، 1997م.
6. بضياف سوهيلة، قياس الجمهور والرأي العام، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (قسم علوم الإعلام والاتصال)، 2019/2018.
7. بطرس حلاق، الإجازة في الإعلام والاتصال BMC - الرأي العام وطرق قياسه، سوريا، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص53.
8. الجمهورية اليمنية، وزارة التخطيط والتعاون الدولي- الجهاز المركزي للإحصاء، كتاب الإحصاء السنوي 2008م، يوليو 2009م.
9. جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2004..
10. جيلفورد، جب وآخرون، ميادين علم النفس النظرية والتطبيقية، ترجمة، زكي، احمد صالح، وآخرون، القاهرة - نيويورك، دار المعرفة بمصر، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، الطبعة الثانية، 1969م.
11. حسين حريم، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد في المنظمات، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 1997م.
12. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مصر، دار الفجر للتوزيع والنشر، 1998.
13. دانا عماد محمد فرحات، دور الفضائيات اللبنانية في تشكل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية، بيروت، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، 2015.
14. زياد طارق عبد الرزاق، اتجاهات الرأي العام العراقي بعد يوم 9/4/2003، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، بغداد المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية، الجامعة المستنصرية، 2005.
15. سامي محمد ملحم، سيكولوجية التعلم والتعليم، الأسس النظرية والتطبيقية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2001م.
16. سعاد السراج، الرأي العام، مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، القاهرة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، ط2، 1986 م.
17. سمير محمد حسين، الرأي العام: الاسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1997.

18. سويم العزي، السلوك السياسي في المجتمع العربي، القاهرة، دار الالفيه، ط1، 1992.
19. شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مجلة العلوم السياسية، السنة 19، العدد38، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، تموز-كانون الاول/2008.
20. صابر محمد إسماعيل، محددات الرضا الوظيفي لدى العاملين في القطاعين الحكومي والخاص في مصر، المجلة العلمية لكلية التجارة فرع جامعة الأزهر للبنات، العدد 17، 2000.
21. صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، دار الكتب جامعة بغداد، 1991.
22. صادق الأسود، تأثير تكوين الشخصية على السلوك السياسي، مجلة العلوم السياسية، السنة الثالثة، العدد7، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، حزيران/ 1990.
23. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، الطبعة الأولى، 1995م.
24. صبحي عسيلا، الرأي العام، مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، السنة الثانية، العدد23، نوفمبر2006.
25. عامر حسن فياض، مقدمة في الرأي العام وحقوق الإنسان، عمان، دار زهران للطباعة والنشر، ط2، 2006.
26. عبد الحافظ محمد سلامة، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2001م.
27. عبد الرضا الطعان، دور الحزب في تكوين المواقف السياسية، مجلة العلوم السياسية، السنة الثالثة، العدد7، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، حزيران 1990.
28. عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، المجلد الثاني، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بلا تاريخ، ص549.
29. عبد لله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال الإعلام، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة، بيروت، دار المعرفة الجامعية، 2002م.
30. عبدالكريم علي الديبسي، الرأي العام - عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
31. عدي إبراهيم المناوي، العوامل المؤثرة في الرأي العام، بحث منشور في الانترنت، 2018م.
32. فراس عبدالله صليح، الرأي العام الفلسطيني وأثره على تحديد التوجهات السياسية لصناع القرار وعملية صنع القرار السياسي الفلسطيني (2006، 1993)، فلسطين، جامعة النجاح الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، 2009.
33. فرح عبدالله فتفت، دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات اللبنانية، بيروت، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، 2017 .

34. محمد إبراهيم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني لدعم حقوقه السياسية، فلسطين، الجامعة الإسلامية – غزة، 2016.
35. محمد محمد الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، 2000م.
36. محمد منصور هيبية، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004م.
37. محي محمود حسن وسمير حسن منصور، العلاقات العامة والإعلام، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1987.
38. المنجد في اللغة العربية والإعلام، مطبوعات دار المشرق، بيروت، ط33، 1992.
39. مهدي زويلف، علي العضائية، إدارة المنظمة نظريات وسلوك، عمان، مجدلوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1996م.
40. ناصر محمد العديلي، السلوك الإنساني والتنظيمي "منظور كلي مقارنة، السعودية، معهد الإدارة العامة للبحوث، 1995م.
41. هاني رضى ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998م.
42. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1982.
43. فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر، الطبعة الثالثة، 1979م.
1. Dept , Rasheed Adenrele, Boko Haram insurgency in Nigeria as a symptom of poverty and political alienation, Journal Of Humanities And Social Science. Volume 3, Issue 5, 2012..
 2. Florian. V. The Impact of social Environment and sex on in Adolescent Social Values, 1983.
 3. Huntington, S. & Weiner, M. (eds), Understanding political development, Boston: little brown and company, 1987.
 4. Kessel, J., Cognitive dimensions and political activity, public opinion quarterly, vol. 29, 1965..
 5. Radkiewicz, Piotr,. Several reasons why social anomie and political alienation may influence ethnocentric attitudes. The compensating role of authoritarian-paranoid beliefs, Polish Psychological Bulletin, Vol 38(1), 2007.
 6. Roscoe ,J.T.: Fundamental Research Statistics for the behavior sciences. NewYork: Holt, Rinehart and Winston. (2nd ed.)1975.
 7. Terman.L.M and Miles C.C Sex and personality New york:Mc Graw-Hill Book Company 'Inc'1936.
 8. Uma Sekaran & Roger Bougie, Research Methods For Business, A skill Building Approach, 5th Ed. USA: Wiley 2010,