استطلاعات الرأي العام كإستراتيجية لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع

د: لونيس علي
قسم علم النفس جامعة سطيف

ملخص البحث

تسعى المجتمعات إلى اعتماد عديد الوسائل والاستراتيجيات في مختلف مجالات الحياة: الاجتماعية الاقتصادية والسياسية والثقافية...الخ. لأجل تحقيق تنمية شاملة ومستدامة. تتمكن من خلالها من المحافظة على سيرورتها وديمومتها. ولعل من بين الاستراتيجيات التي تسعى عديد المجتمعات اعتمادها نجد استطلاعات الرأي العام. التي يمكن من خلال الوقوف على استجابات صادقة إلى ابعد الحدود والتي تتضمن بدورها اتجاهات أو إجابات نحو عديد القضايا السيكولوجية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية ...الخ.

Résume :

Le développement des communautés et des nations dépend largement des différentes énergies notamment humains et matériels. Et de travailler avec une dimension humaine en vue d'atteindre les objectifs fixés. Et les ressources humaines sont l'un des processus très important dans tout processus de développement durale et global a travers les différentes institutions dans la société .et Cela confirme la nécessité des ressources humines comme variable important.

مقدمة :

تعتبر استطلاعات الرأي العام أسلوب وتقنية فعالة في عملية جمع المعلومات والبيانات التي تخص العديد من الموضوعات والانشغالات لدى الأفراد والمجتمعات، وتساعد في الوقوف على المعاش الميداني للفرد في ظل المتغيرات الشاملة المحلية منها والعالمية لأجل صياغة الإستراتيجية الضرورية والمناسبة للتدخل لتقليص الآثار السلبية من جهة وتعمل على ضبط اثر المتغيرات العارضة لتحقيق التنمية المستدامة في جميع مجالات الحياة.

أولا: الرأي العام

1. تعريف الرأي العام: هناك تعريفات عديدة للرأي العام يمكن تلخيص أهمها في ما يلي:

- تعريف دوب: الرأي العام هو "مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم" (1).
- تعريف جولت: الرأي العام هو "فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة" (2).
- تعريف يونج: الرأي العام هو "الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة مقبولة" (3).
- تعريف مختار التهامي: الرأي العام هو "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحترم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مسا مباشرا" (4).

2. أنواع الرأي العام: هناك أنواع مختلفة ومتعددة يمكن تلخيص أهمها كالتالي:

من حيث التأثير والتأثر: ويتضمن هذا النوع بدوره على ما يلي:

1. **الرأي العام المسيطر**: ويكون هذا النوع على العموم متضمنا لشريحة محددة من فراد المجتمع والتي تتميز بالصفوة والامتياز، هذه الشريحة تتمثل أساسا في فئة المثقفين والمتعلمين من أساتذة الجامعات، رجال العلم والثقافة ... الخ، وتكون بطبيعة الحال هذه لشريحة تمثل نسبة قليلة من المجتمع العام . ولعل الدور الذي تقوم به هذه الفئة هو دور القائد العام لأفراد المجتمع والذي يعمل على التوجيه والترشيد ويعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف والمرامي وذلك بالاعتماد على إقناع أفراد المجتمع بشكل كبير جدا لا يستطيع فرد غيرهم القيام به. فهذا النوع من الرأي العام يعمل جاهدا على توجيه وترشيد فئات ع خاصة القارئة منها والمنافسة في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية ... الخ. كما أن أصحاب هذا النوع من الرأي العام لا يتأثرون بالوسائل الإعلامية والدعاية، بل هي التي تؤثر فيها من خلال مجموعة من الأفكار والآراء التي تتبناها (5).

2. **الرأي العام المثقف**: يضم على الخصوص فئة من أفرد المجتمع تتميز بثقافة أقل من فئة النوع السابق (الرأي العام المسيطر)، وهذه الفئة تتكون من المتعلمين بمختلف مستوياتهم

التعليمية العالية والمتوسطة. والشيء الملاحظ أن حجم هذه الفئة تختلف باختلاف حجم ودرجة وشدة التعليم الموجودة في المجتمع، وتعمل على التأثير في الآراء والاتجاهات والأفكار الأقل منها من حيث التعلم، التربية والثقافة. أيضا نجد أن هذا النوع من الرأي العام يتأثر وبشكل متفاوت بالوسائل الإعلامية والدعائية حسب درجة النضج الموجودة، كذلك نجد أن هذه الفئة التي تمثل هذا النوع من الرأي العام من مهامها القراءة والفهم وجمع المعلومات والبيانات والأخبار، وهذا الأمر يجعلها تكون بنك للمعلومات يساعدها على فهم وتحليل وسائل الإعلام والتأثير فيها.

3. **الرأي العام المنقاد**: نجد الفئة التي تشكل هذا النوع من الرأي العام لا توجد لها علاقة بالفئتين السابقتين من أنواع الرأي العام ونجد أن من خصائص أفراد هذه الفئة هي عدم القدرة على مواصلة الإطلاع والبحث أو متابعة الأحداث والتفكير في إيجاد حلول للمشاكل الآنية وكذا تنعدم لروح الإبداع والابتكار ونجد في طياتها نسبة كبيرة من الأميين. كما أن هذا النوع من الرأي العام ينقاد مباشرة ودون أي تفكير أو تحليل لما يوجهه لها أفراد الرأي المستنير أو القارئ زيادة على التأثير الواضح والكبير للوسائل الإعلامية والدعائية فيه. من خلال إيمانه وتقبله للشائعات. نجد أن هذه الفئة كذلك لا تمتلك حيزا كبيرا من الثقافة والتعليم والتربية وتنفعل لكل ما يتم نشره أو قوله عبر مختلف الوسائل الإعلامية، ولعل هذا يرجع بالدرجة الأولى إلى افتقارهم للقدرة المتعلقة بالفهم والمناقشة والتحليل في ضوء مختلف المتغيرات المتوفرة في البيئة التي يتواجدون فيها (6).

الرأي العام حسب متغير الزمن: يتضمن العناصر التالية:

1. **الرأي العام الدائم**: يعتبر هذا النوع من الرأي العام أكثر الأنواع بقاء والذي تعمل فيه العوامل المتعددة، ويعمل على إرساء القواعد الأساسية للرأي العام كإطار شامل ونجد أن الفئة التي يتكون من هذا النوع من الرأي العام لديها اتصال قوي وكبير بمختلف الأشياء الثابتة في المجتمع كالدين، العادات، التقاليد ... الخ. بمعنى آخر نجد هذا النوع من الرأي العام يقوم أساسا على دعائم عقائدية، تاريخية وتمثل فئة هذا النوع أغلبية أفراد المجتمع، ومن مميزاته أنه ثابت ولا يتأثر بمختلف الأحداث أو الظروف الطارئة ذلك أنه وليد عملية

التفاعل الموجودة بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع، هذا ما يعطيه قوة وعمق كبيرين، ويجعل عملية المناقشة وتحليل هذا النوع من الرأي العام يعتبر صعبا جدا وخطيرا، لأنه يهدد كيان الجماعة واستقرارها وهذا ما يولد مقاومة عكسية شرسة جدا، لأنه يستمد في تكوينه الطويل من مبادئ التربية الأولى على مستوى الأسرة، المدرسة ... الخ.

2. **الرأي العام المؤقت**: نجد أن سيرورة وديمومة هذا النوع من الرأي العام مؤقتة تنتهي بمجرد انتهاء أو زوال الفعل المؤثر، وهذا ما نجده على مستوى الأحزاب السياسية، والجمعيات الخاصة لمناسبات محددة في الزمن. فهو يزول وينتهي بمجرد تحقيق الأهداف أو بزوال تلك الجمعيات والأحزاب.

3. **الرأي العام المنقلب أو اليومي**: يتضمن في تلك الفكرة اليومية التي يؤمن بها معظم إد المجتمع أو الجماعة نتيجة حدث طارئ أو مفاجئ (سياسي، طبيعي، ثقافي ... الخ) ومن خصائصه أنه يتغير من يوم إلى آخر يعتمد بالأساس على الأحداث اليومية فقط، وهذا ما يجعل الصحف الإخبارية تعتمد اعتمادا كبيرا على هذا النوع من الرأي العام (7).

من حيث عنصر التواجد: يضم ما يلي:

1. **رأي عام موجود بالفعل**: هو الرأي الذي يكون متواجدا تماشيا مع مجموعة من الأحداث وتظهر آثاره في مجمل المناقشات والتحاليل والتعليقات.

2. **رأي عام متوقع وجوده**: يعني أنه لم يكن موجودا في الأصل، ولكن يتوقع وجوده أو حدوثه نتيجة مجموعة من الأحداث والمواقف (8).

الرأي العام حسب درجة الظهور: يضم ما يلي:

1. **الرأي العام الظاهر**: هو الذي يتم التعبير عنه، ويمكن أن نجد هذا النوع من الرأي المجتمعات التي تكرس حرية التعبير لدى الأفراد في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ... الخ.

2. **الرأي العام الكامن**: هو الذي لا يمكن التعبير عنه بشكل علني ومباشر وصريح ونجده في المجتمعات التي تنتهج سياسة دكتاتورية كإستراتيجية لتسيير شؤون الأفراد الأتباع، غير أن هذا النوع من الرأي العام قد يتحول إلى رأي عام ظاهر نتيجة توفر بعض العوامل والمواقف مثل:

– زيادة شدة اتجاه الأفراد نحو قضية معينة عندما لا يستطيعون كتمانها أو السكوت عنها.

– زوال أو إزالة مختلف القيود التي كانت موجودة والتي كانت لا تسمح بالتعبير عن كل الاهتمامات والانشغالات والتي كانت في السابق ممنوعة (9).

= الرأي العام حسب التوزيع الجغرافي: يتضمن ما يلي:

1. **الرأي العام المحلي**: هو النوع الموجود في القرية أو في المدينة، أو مجموعة من المناطق فقط.

2. **الرأي العام الوطني**: هو الذي يكون له ارتباط مباشر بالوطن تعتمد عليه السلطة القائمة وتستمد منه مختلف المنهجيات والخطط. ونجد هذا النوع من الرأي العام يتميز بروح التجانس والقدرة على معالجة المشاكل والتنبؤ بمختلف المواقف.

3. **الرأي العام الإقليمي**: هو النوع الذي نجده على مستوى عدد من الشعوب والأمم ذات التجانس الجغرافي في زمن معين ونحو مواقف أو أحداث يكون النقاش والجدل فيها مطروحا بشكل كبير مع إمكانية وجود أو ظهور الإحساس بالمساس بالمصالح المشتركة لتلك الأمم والشعوب (10).

3. خصائص الرأي العام: يمكن تلخيص خصائص الرأي العام فيما يلي:

– يتميز الرأي العام بالكمون والثبات إلى غاية ظهور قضية أو موقف معين وهذا ما نجده عموما عند وجود تصادم بين الاتجاهات والأفكار في المجتمع.

– الرأي العام الحقيقي يعتبر دعامة للتخفيف من شدة التصادم والقلق والعمل على تقديم مبررات وأعذار.

– الرأي العام يعتمد ميكانيزمات دفاعية مختلفة كغزو بعض الأفراد مصادر معارفهم واتجاهاتهم للآخرين (الإسقاط) أو عندما يعتقد البعض الآخر على أن اتجاههم ومعارفهم هي نفسها اتجاهات ومعارف الآخرين (التقمص).

– الرأي العام يمكن أن يعبر عن ذاته من خلال قوة الدفاع أو التأثير مع الأخذ في الاعتبار لمجموعة النتائج الإيجابية (11).

4. مقومات الرأي العام: للرأي العام عدد من المقومات الأساسية والتي يمكن أن نلخص أهمها في ما يلي:

1. **الدين** : يعتبر الدين من العوامل الهامة التي أثرت وتؤثر في حياة الأمم والمجتمعات وذلك من خلال عملية التأثير المعنوي والروحي والثقافي في سلوك الأفراد والجماعات خصوصا نظم الحياة السياسية والاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية. فبمجرد الاستشهاد بآية أو حديث شريف يخلق الاقتناع ويثير المشاعر والأحاسيس لدى الأفراد (12).

ونجد أن الدين الإسلامي لعب دورا هاما وواضحا في حياة الشعوب والأمم منذ بداية الدعوة الإسلامية ونجد آثاره في مختلف حياة الأفراد، زيادة على هذا، نجد أن الدين هو عامل مهم من العوامل التي تندرج في عملية اعتماد مقومات أي نظام ثقافي أو حضاري ويكون دائما ثابتا لا يتغير .

2. **التربية والتعليم** : تعتبر المؤسسات التعليمية والتربوية من المصادر الأساسية في تكوين الرأي العام، سواء تعلق الأمر بمضامينه المعرفية والعلمية أو من حيث اتجاهه وشدته، فمثل هذه المؤسسات تؤثر بشكل واضح في سلوكات الأفراد واتجاهاتهم وآرائهم وتعمل كذلك على تغيير مسار اتجاه هذا السلوك إلى الوجهة التي يعتقد أن ترجع بالفائدة على الفرد والمجتمع . ونجد أن التعلم مثلا يعمل على مساعدة الفرد في أولى مراحله التعليمية على عملية التفكير الجيد والإبداع الناضج عندما يتعلق الأمر بكيفية معالجة مختلف القضايا والمشاكل الحرجة في ظل الحفاظ على الشخصية القومية بكل مبادئها القيمة . فهذه المؤسسات تعمل على غرس

تلك القيم من خلال اعتماد برامج ومناهج تعليمية يمكن للمتعلمين التعبير عن قيمهم داخل مختلف الأقسام مهما كان نوع التعبير وكذا تقمص شخصيات معلميهم والتي من المفروض تكون لصالح المجتمع العام . فالاتجاهات السائدة في مجال التربية والتعليم تؤثر وبشكل كبير على آفاق الرأي العام في المجتمع ومستقبله وبالأخص إذا كانت المنطلقات الأولى لهذه الاتجاهات هي في الأساس قائمة على عامل زرع مشاعر الحقد والعدوان، التفرقة ... الخ، فالفرد في مراحله الأولى لا يكون قادرا على التمييز بين مختلف هذه المشاعر الطيب منها والشرير فيكبر وبداخله تلك المشاعر التي تنمي لديه دائما روح الشر والحقد. كما أنه لا بد من الإشارة إلى موضوع هام يتمثل في عملية تعليم المرأة فهذه العملية تساعد تغيير النظرية الكلاسيكية لدور المرأة في المجتمع كمتغير أساسي في تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع .لذلك فإن اعتبار مجال التعلم والتربية أحد المقومات الأساسية للرأي العام أمر مهم يساعد على تربية العقول والأجيال ذلك أن بهذه الكيفية يمكن أن نوجه الرأي العام للأجيال المتعددة القادمة والتي من مهامها وأدوارها تحقيق الأمن والسلامة لها ولمجتمعاتها (13).

3. **العادات والتقاليد: من المعروف أن العادات والتقاليد هي بمثابة انعكاس النظام** السائد في أي مجتمع، ونجد أن التمسك بالتقاليد والعادات يكون أكبر في المجتمعات البدائية والمختلفة، فهذه التقاليد حسب هذه المجتمعات تعتبر الذخيرة **والزاد الانسب، هذا ما** عل أفراد هذه المجتمعات عرضة لما تحمله هذه العادات والتقاليد ويجعلهم يؤمنون بها قدسوها بشكل أعمى بكل نتائجها السلبية والإيجابية، **ولا** يمكن مناقشة هذه التقاليد **والعادات ابدا . وعليه نجد ان اي** مجتمع له تراثه الثقافي **والحضاري،** هذا الأخير الذي يدخل كمقوم أساسي في **تكوين الرأي العام** ويؤثر تأثير كبيرا في استمرار يته فنجد أن القيم **والعادات تؤثر** في نظرة الفرد أو الجماعة بالنسبة للآخرين، **وهذا** ما يؤثر بدوره على قراراته

واختياراته لحلول المشاكل أو المواقف الحرجة التي يعيشها الفرد، فيتحدد له ما هو مقبول وما هو مرفوض من أنماط السلوك والرأي (14).

5. **النظام السياسي الموجود في المجتمع** : يلعب النظام السياسي الموجود في أي مجتمع دور محوري في تكوين الرأي العام واستمراريته ونجد في هذا المستوى ما يلي:

– **النظام السياسي الديمقراطي**: في هذا الطرح نجد أن المجتمع لهذا النوع من الأنظمة السياسية تسوده حرية التعبير والاختلاف في الآراء بالنسبة لمختلف القضايا والمواضيع كما نا نجد في هذه المجتمعات مختلف النظم السياسية من أحزاب سياسية وجمعيات ... الخ . وهذا ما يجعلها تعيش في جو يتميز بالحرية والانفتاح الامر الذي يؤكد سلامة النظام السياسي الموجود، وفي هذا الإطار تسعى مختلف السلطات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام لأجل الحصول على أغلبية آراء أفراد المجتمع وذلك من خلال عملها الدائم والمستمر على تنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الافراد، والعمل على عرض الحقائق بكل جوانبها ونتائجها على الرأي العام وذلك باستخدام مختلف الوسائل الإعلامية والدعائية في التأثير عليه مع ضرورة الاهتمام بتطلعات وآفاق أفراد المجتمع (الرأي العام) وضمان توفير الحرية تلف التنظيمات السياسية الشعبية للقيام بدورها كمتغير أساسي في تنمية المجتمعات (15).

– **النظام السياسي الديكتاتوري – السلطوي** : نجد أن هذا النوع من الأنظمة حكم في حرية التعبير بالنسبة لأفراد المجتمع، ويحرمهم حق المناقشة والتعليق والتحليل لمختلف القضايا الموجودة في مجتمعهم ويعمل دوما على فرض رقابة قاسية، والشيء حظ في مثل هذه المجتمعات ذات ا ـام السلطوي هو أنها تفتقر تماما للرأي العام وذلك لانعدام روح الديمقراطية الموضوعية الهادفة إلى خلق إطارات قادرة على تسيير مجتمعات في الآفاق المستقبلية . كما أنه لا يمكن إخفاء الدور الذي تلعبه الأوضاع السياسية في أي مجتمع، فهي تؤثر بشكل واضح في الرأي العام وتكوينه، فالمجتمع السلطوي

الذي يعمل دوما على احتقار الجماهير واستبدادهم نجد أن الرأي العام فيه يكون سلبيا غير بناء قائما على الخوف والسخط العام (16).

6. أساليب تغيير الرأي العام: من المعروف أن هناك العديد من الأساليب التي يمكن من خلالها تغيير الرأي العام ونحاول أن نلخص أهمها في ما يلي:

1. **أسلوب التكرار والملاحقة** : يعتبره الكثير من المختصين والعلماء بأنه أنجع سيلة أو أسلوب لتغيير الرأي العام ومخاطبة أفراد المجتمع، ويصف "جوبلز" هذا الاسلوب بانه : " سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولا في التركيز على بعض الحقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا " (17). كما يعرف هذا الأسلوب بالترتيل وذلك من خلال المحافظة على ضرورة الحفاظ على تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة لأفراد الشعب مع طبيعتهم وصفاتهم المتعددة .
2. **أسلوب الإثارة العاطفية** : إن إثارة العواطف والمشاعر والأحاسيس يعتبر من الأسس الهامة لأي دعاية، و ، هذا المجال نجد أن هتلر مثلا كان يعتقد أن أفراد الشعب يمتلكون العديد من خصائص النساء يعني هذا أن استجابة هؤلاء تكون عاطفية رقيقة المشاعر ولا تعتمد في مضمونها على العقل والوعي. ونجد أن اعتماد هذا النوع من الأساليب يكون في حالة عدم القدرة على اعتماد الأساليب الموضوعية الأخرى وفي وسط أمي، كما أن من صفات هذا الأسلوب هو العمل على إبعاد الجماهير عن المشاكل الهامة والموضوعية لهم والتطلعات المستقبلية (18).
3. **أسلوب عرض الحقائق** : ويعرف كذلك بلفظ الإعلام، ويرتكز بالدرجة الأولى وصول الحقائق إلى أكبر شريحة من أفراد المجتمع على اعتبار أن الحقائق الملموسة هي في الواقع أقوى من الأكاذيب والشائعات ذلك أن المصدر الرسمي لهذا الأسلوب يتحدد في احترام عقلية أفراد الشعب .و يلعب الوعي والنضج دورا

محوريا في تحقيق نجتح هذا الأسلوب **وذلك من خلال عملية الشرح، التحليل والإقناع** (19).

4. **أسلوب تحويل انتباه الجماهير**: **يعتمد هذا النوع من الأساليب عندما يصعب** تغيير اتجاه الرأي العام لأفراد الشعب بالنسبة لقضية محددة. **وبعد أن يتم التأكد من استحا**لة الوقوف في وجه هذه المعارضة **والمقاومة الشرسة لذلك يتم تحويل** انتباه أفراد الشعب إلى قضايا وسائل أخرى كنفس القضية المثارة أو أكثر منها أهمية **ومنفعة** (20).

5. **أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة**: تعتبر سياسة الاعتماد على البرامج الإيجابية المحدودة عامل من العوامل الهامة والمؤثرة في الرأي العام، **ونجد أن** أصحاب السياسة في كل مجتمع يدركون أهمية هذه البرامج **ودورها** في تغيير اتجاه **الرأي العام، وهذا** ما نجده في الحملات الانتخابية. فكلما كانت هذه البرامج موضوعية وقابلة للتحقق كلما كان تأثيرها إيجابي وفعال في أفراد المجتمع (21).

7. **قياس الرأي العام** : تعتبر عملية قياس الرأي العام من العمليات الهامة **وكذلك من** الوسائل البحثية العلمية الموضوعية المطبقة في مجال العلوم الاجتماعية **والإنسانية . ونجد أن** هناك مراكز متخصصة في قياس الرأي العام خاصة إذا تعلق الأمر بالانتخابات، **بالإضافة** إلى وسائل الإعلام والاتصال. **إن** عملية القياس يتم من خلالها التعرف على مختلف مميزات **و** صائص المجتمع من خلال الوقوف على ما يتضمنه من عناصر الطاقة البشرية القادرة على قيادة هذا المجتمع وتحقيق التطلعات **والآفاق المستقبلية** (22).

8. **مشاكل قياس الرأي العام** : **إن عملية قياس الرأي العام قد تواجه مشاكل عديدة** يمكن تلخيصها فيما يلي :

- **عدم وفرة المعلومات والبيانات من الناحية الكيفية والكمية بالنسبة لأفراد الشعب رغم** أهميتها **ودورها** في تشكيل الرأي .

- النقص الكبير أو انعدامه بالنسبة لوسائل نقل المعلومات بالخصوص في الدول **النامية.**

نجد أنه في بعض الأحيان أفراد المجتمع وفي مناطق نائية لا تصل حتى الصحف **اليومية او الأسبوعية.**

- **تحول بعض الصفات الاجتماعية والاقتصادية** والتعليمية لأفراد الشعب في بعض الدول **النامية دون أن تكون هناك فرصة الاستفادة من المعلومات والبيانات المقدمة من طرف وسائل الإعلام،** إضافة إلى زيادة مستوى الأمية **وانخفاض** الدخل **وارتفاع القدرة الشرائية للمواطن .**

- تتعدد المشاكل ذات الطابع المنهجي في عملية قياس الرأي العام من خلال التشكيك في أهمية و**دور عملية القياس، وكذا عدم إعطاء القيمة الفعلية له،** بالإضافة إلى عدم **تقديم البيانات الصحيحة** وعدم وجود محكات خارجية لمعرفة مدى صدق النتائج المتحصل عليها (23).

ثانيا : التنمية المستدامة :

1 – تعريف التنمية المستدامة : هناك تعريفات متعددة للتنمية المستدامة نذكر منها :

- **هي: "عملية تطوير الأرض والمدن** والمجتمعات **والأعمال التجارية بشرط تلبية احتياجات الحاضر ودون المساس بقدرة الاجيال القادمة ."**
- **هي :** " التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بحقوق الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهم " .
- **هي : " التنمية المستدامة هي التنمية المتجددة والقابلة للاستمرار. "**
- **هي :** " السعي من اجل استقرار النمو السكاني ووقف تدفق الأفراد على **المدن** من خلال تطوير مستويات الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف وتحقيق اكبر **قدر من المشاركة**

الشعبية في التخطيط للتنمية ."

- تمثل التنمية المستدامة بالنسبة لدول الشمال الصناعية،" إجراء خفض عميق ومتواصل في استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية، وإحداث تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة في الاستهلاك والإنتاج، وامتناعها عن تصدير نموذجها الصناعي للعالم"(24).

2 -أهداف التنمية المستدامة : هناك العديد من الأهداف نذكر منها :

- العمل على تحقيق مبدأ " الحياة أفضل " للفرد في المجتمع .
- العمل علة توعية الفرد ليتحمل مسؤولياته اتجاه مختلف القضايا الموجودة في المجتمع : النفسية الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية
- العمل على الاستثمار الفعال والهادف والعقلاني لمختلف الموارد الموجودة في المجتمع .
- العمل على ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المسطرة من طرف أفراد المجتمع.
- العمل على اعتماد الحركية والتغيير الدائم في اهتمامات وانشغالات الأفراد في المجتمع .(25).

ثالثا: الرأي العام كإستراتيجية لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع :

1- **المجال الاقتصادي:** من المعروف أن استطلاعات الرأي التي تتم حول الجوانب الاقتصادية لأي مجتمع تعتبر وسيلة هامة يمكن من خلالها جمع لمختلف المعلومات والبيانات حول قضية اقتصادية محددة والوقوف على مختلف العوامل والمتغيرات التي تتحكم في نجاحها وسيرورتها ذلك أن هذا الأمر يسمح بالحصول على مسح ذو طابع اقتصادي يمكن من صياغة سياسات التسويقية يعتمدها رجال الاقتصاد والتسويق لأجل التخلص من مختلف السلع والخدمات المنتجة في ضوء تحقيق السيولة المالية من جهة، وتحقيق إشباع الفرد المستهلك ورغباته من جهة أخرى . فاستطلاعات الرأي العام حول سلع معينة يسمح بالوقوف على طبيعة السلوك الاستهلاكي للفرد في ظل توفر مختلف البدائل السلعية المعروضة أمامه، فمعرفة هذه الطبيعة تمكن من التنبؤ بإمكانية ضمان تسويق تلك السلع أو الخدمات أخذا بعين الاعتبار لمختلف استجابات الرأي العام حول تلك السلعة أو الخدمة

من ضرورة إجراء تعديلات تتعلق باللون، التغليف، حجم السلعة، السعر. فهذه المعطيات لا يمكن الحصول عليها إلا من خلال اعتمادنا من استطلاعات الرأي كوسيلة هامة للتحكم في الاقتصاد الوطني وكذا في تطلعات أفراد هذا المجتمع المستقبلية والتي من شأنها ضمان الحياة الشعبية . للمواطنين .

2- المجال الاجتماعي : انطلاقا من كون الإنسان اجتماعي بطبعه أي أنه لا بد من وجود أفراد آخرين يعيش ويعمل معهم لأجل تحقيق مجموعة من الأهداف المسطرة لترجع في الأخير كنتائج إيجابية عليهم . وفي خضم الصراعات والتناقضات التي تعيشها المجتمعات تصعب الحياة وتأخذ صورا متعددة من شأنها المساس بأمن الفرد كعنصر هام، ونجد ان استطلاعات الرأي في هذا المجال تساعد على دراسة غير مباشرة وموضوعية لواقع المجتمعات في ظل المتغيرات العديدة المتفاعلة فيما بينها والتي تصبح تتحكم في سلوك الفرد والمجتمع. وبالفعل يمكن من خلال هذه الاستطلاعات الوقوف على مختلف البنى التحتية للمجتمع وكذا الصفات المختلفة للأفراد حسب متغيرات عديدة كالجنس، السن، الانتماء الجغرافي ... الخ .

فاستطلاعات الرأي تساعدنا على كشف حقائق عديدة حول تفشي العديد من الآفات والظواهر الاجتماعية التي تكون منتشرة في أواسط أفراد المجتمع. زيادة على هذا يمكن هذه الاستطلاعات من معرفة القوى المحركة للمجتمع وماذا يجب فعله عندما يعيش المجتمع مواقف حرجة وأزمات معينة، ستطلاعات الرأي لهذا المجتمع يمكن لأصحاب القرار أن يقفوا على معلومات يمكنهم من خلالها التحكم في تغيير اتجاه سلوك الأفراد الآخرين .

3- المجال السياسي : إن استقرار المجتمعات غاية يطمح إليها كل الحكام وأفراد الشعب ذلك أن هذا يخلق ويولد الإحساس بالأمن والطمانينة والعيش في سعادة وهناء . وتعتبر استطلاعات الرأي العام من الأساليب والاستراتيجيات الموضوعية والفعالة للوقوف على صحة المجتمع وتشخيصه ومعرفة كل النقاط السوداء التي يمكنها أن تخل بتوازنه واستقراره في شتى مجالات الحياة الاجتماعية ، السياسية والأمنية ... الخ . فهي تسعى إلى اعتماد مناخ

سياسي من خلال نشرها للمعلومات المنظمة للوعي والنضج السياسيين لدى أوساط المجتمع فيعالجون أمورهم السياسية بكل موضوعية وبعيدا على روح التعصب والقبلية لأن هذه الاستطلاعات عملت على توضيح مختلف الرؤى لديهم وطورت فيهم القدرة على اعتماد العقل في معالجتهم لمثل هذه المشاكل. زيادة على هذا فإنها تعتبر أسلوبا حضاريا ساعد أفراد الشعب والمسئولين على إدارة شؤونهم إدارة ديمقراطية قائمة على المصالحة الوطنية وإرساء المبادئ وأسس العمل الديمقراطي النزيهة في ظل التعددية الحزبية داخل مجتمعهم.

4- **المجال الثقافي** : تلعب استطلاعات الرأي العام في أي مجتمع دورا محوريا في التأثير على بلورة الأفكار والاتجاهات ذلك أن الإنسان في مجتمعه يسعى دوما إلى إعطاء الصبغة الآنية التي تتماشى مع التطورات و تغييرات الحاصلة على مختلف المجالات، فيلجأ باستمرار إلى أن تكون لديه أفكار بناءة ورأي سديد يمكنه من تفحص وتمعن جميع المواقف قبل اتخاذ أي قرار . فهذه العملية لا يستطيع تحقيقها بشكل بسيط دون الاعتماد على استراتيجيات وسبل موضوعية تمكنه من قولبة أفكاره وآراءه، ووجهات نظره في قالب فعال وناجح، فاستطلاعات الرأي العام من خلال مضامينها المتعددة تمكن لا محالة من الحصول على بنك من البيانات والمعلومات ذات الصلة بالجانب الثقافي للفرد وحتى بعض المجالات والجوانب المتداخلة معه . ومن هذا المنطلق، فإن هذا الفرد يعتمد أساسا على نتائج مختلف استطلاعات الرأي العام التي أجريت على قضية ثقافية معينة هي من اهتماماته الحالية ولا يعرف كيف يعالجها أو يدرسها أو يبدي رأيه فيها . إذن فبناء على نتائج هذه الإستراتيجية يبني وبشكل الفرد ما يعرف بالصورة الوامضة Flache figure تساعده على اكتساب مهارات عملية يعتمدها في حل مختلف المشاكل أو المواقف الحرجة التي يتعرض إليها في حياته اليومية وبالأخص الثقافية منها .

5- **المجال البيئي** : إن الاهتمام بالبيئة التي يعيش فيها الإنسان أمر مهم جدا، لما له من انعكاسات إيجابية على الفرد كعنصر مكون من جهة وعلى المجتمع ككل كإطار يعيش فيه هذا الفرد . د أن سلوك بعض الأفراد داخل المجتمعات يأخذ اتجاها غير عادي يؤثر

سلبا على الإطار المعيشي للأفراد الآخرين وذلك من خلال مثلا عدم احترام أماكن وضع القمامة، عدم احترام الشروط اللازمة للنظافة، عدم الاهتمام ورعاية الثروة النباتية (الأشجار ...)، عدام ثقافة بيئية الهادفة إلى خلق مساحات خضراء من شأنها خلف فضاءات عديدة للأفراد يمكنهم من خلالها قضاء أوقات فراغهم بشكل جيد . وفي هذا الإطار نجد أن استطلاعات الرأي العام يمكن أن تعطي الدفع اللازم والفعال لتغيير اتجاهات السلوك السلبي لهؤلاء الأفراد، وإعطاء الطابع الإيجابي البناء من خلال توعيتهم وتحسيسهم بأهمية البيئة وضرورة المحافظة عليها، كذلك الاعتماد على آرائهم المتعلقة بمختلف القضايا البيئية المتحصل عليها (التصحر، التشجير، الحملات التطوعية) والعمل على ضرورة إدراجها ضمن البرامج التنموية للمجتمع .

الاقتراحات والتوصيات :

1- العمل بشكل مستمر على استطلاعات الرأي العام في معالجة العديد من القضايا في المجتمع : الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، البيئية ... الخ .
2- ضرورة اعتماد الصيغة العلمية والموضوعية لاستطلاعات الرأي العام التي يقوم بها من خلال احترام تطبيق مراحل البحث العلمي خطوة بخطوة (إشكالية الموضوع المراد دراسته، الشريحة البشرية المستهدفة ... الخ) .
3- العمل على خلق تنسيق فعال وبناء بين مختلف القطاعات (العمل القطاعي) والتي يمكن أن نتحصل من خلالها على معلومات وبيانات تخص الموضوع والظاهرة التي نريد قياسها أو دراستها، لأنه بقدر ما تعددت مصادر هذه المعلومات وتنوعت البيانات بقدر ما توفرت لدينا بدائل معلوماتية وإمكانية معرفة صحتها من خطئها .
4- العمل على أن تكون هناك علاقة فعالة وتكامل مستمر ومثمر بين المحتوى الإعلامي الذي نقدمه لأفراد المجتمع وبين النتائج المتحصل عليها من خلال اعتمادنا لاستطلاعات الراي العام، بدف القضاء على حالات التشتت المعلوماتي والغموض المعرفي لهؤلاء الأفراد .

5- اعتماد التماشي مع مختلف التطورات الحاصلة في المحيط الذي نريد اعتماد فيه استطلاعات الرأي العام، وتوفير كل الشروط الضرورية لإنجازه (الموارد البشرية الكفأة، الموارد المالية، الوسائل العلمية ... الخ) مع الاستفادة من النتائج لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع .

الهوامش:

(1) مختار محمد التهامي: الرأي العام والدعاية، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة 1989، ص ص :13 – 14 .

(2) عاطف عدلي العبد عبيد : مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة 1999، ص :103 .

(3) عاطف العدلي العبد عبيد :المرجع السابق، ص :13 .

(4) مختار التهامي : المرجع السابق ،ص ص :16 – 18 .

(5) سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص ص:338 – 341

(6) عاطف العدلي العبد: محاضرات الدورة التكوينية الأولى في مجال الرأي العام مسقط 1989، ص ص: 15 – 25 .

(7) أحمد أبو زيد: سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية، مكتبة القاهرة الحديثة القاهرة، 1971، ص: 85 .

(8) فتحي الأبيارى: الرأي العام والمخطط الصهيوني، نلس الأعلى للشؤون الإسلامية، القاهرة، 1969، ص: 78 .

(9) فاروق يوسف: الرأي العام، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1987، ص ص :23 – 24 .

(10) سعيد سراج : الرأي العام : مقوماته وآثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية ص ص: 12 – 14 .

(11) شاهيناز طلعت، الرأي العام، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 1983، ص ص:223 – 244 .

(12) عبد المجيد حجازي : الرأي العام والإعلام والحرب النفسية، دار الرأي العام، القاهرة، 1987، ص: 176.

(13) مختار محمد التهامي: المرجع السابق، ص ص: 26 – 27 .

(14) فاروق يوسف: المرجع السابق، ص ص :56 – 57 .

(15)غازي اسماعيل: الرأي العام والعلاقات العامة، دار البشير، عمان، 1987، ص ص: 27 – 28.

(16)مختار محمد التهامي : المرجع السابق، ص: 29 .

(17)مختار محمد التهامي : المرجع السابق، ص: 109 .

(18)مختار محمد التهامي : الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، ، القاهرة، 1982 ص: 04 .

(19)عاطف عدلي العبد : مدخل إلى الاتصال والرأي العام، المرجع السابق، ص :119 .

(20)عاطف عدلي العبد : الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006 ص: 71 .

(21)عاطف عدلي العبد : المرجع السابق، ص: 72 .

(22)أحمد بدر : مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998 ،ص ص: 113 – 115 .

(23)سمير محمد حسين: المرجع السابق، ص :353

(24) عاطف عيث، علم اجتماع التنمية، دراسة في اجتماعيات العالم الثالث، الهيئة المصرية العامة للكتاب ،الإسكندرية، 1974.

(25) http://etudiantdz.net/vb/t1052.html