



كلية العلوم الاجتماعية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2-محمد بن أحمد-



قسم علم الاجتماع

سند بيداغوجي خاص بمقياس:
الاتصال والرأي العام



الأستاذة نبيهة سادق محمد عداد الأساتذة: بلحاج حسنية
رئيس المجلس العلمي
كلية العلوم الاجتماعية
جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

المستوى: ماستر 2 علم اجتماع الاتصال

السداسي الثالث

السنة الجامعية: 2020-2021



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2- محمد بن أحمد-

كلية العلوم الاجتماعية



قسم علم الاجتماع

سند بيداغوجي خاص بمقياس:

الاتصال والرأي العام

إعداد الأستاذة: بلحاج حسنية

المستوى: ماستر 2 علم اجتماع الاتصال

السداسي الثالث

السنة الجامعية: 2020-2021



الفهرس

- المحاضرة الأولى: مفهوم الرأي العام.....ص 08
- المحاضرة الثانية: تاريخ الرأي العام.....ص 13
- المحاضرة الثالثة: نظريات الرأي العام.....ص 42
- المحاضرة الرابعة: التطورات المعاصرة لنظرية الرأي العام.....ص 50
- المحاضرة الخامسة: المفاهيم المشابهة للرأي العام.....ص 57
- المحاضرة السادسة: تقسيمات الرأي العام وأنواعه.....ص 61
- المحاضرة السابعة: خصائص الرأي العام ووظائفه.....ص 64
- المحاضرة الثامنة: مراحل تكوين الرأي العام.....ص 67
- المحاضرة التاسعة: الإعلام في علاقته بالرأي العام.....ص 75
- المحاضرة العاشرة: الدعاية السياسية والرأي العام.....ص 81
- المحاضرة الثانية عشر: ثنائية الرأي العام العربي والنظام الديمقراطي في المجتمعات العربية.....ص 93
- المحاضرة الثالثة عشر: طرق قياس الرأي العام.....ص 99



المحاضرة الأولى: مفهوم الرأي العام

تمهيد:

يعتبر الرأي العام من المواضيع المهمة التي استحوذت على اهتمام الباحثين والدارسين في حقول معرفية كثيرة، بما فيهم رواد الفكر السياسي منذ فترات طويلة، وعليه فالحديث عن هذا المصطلح يتطلب نوعاً من الدقة والتشريح قصد الوقوف على مضامينه وما يرتبط به من معطيات بحكم أنه يوظف في الدراسات السياسية مثلما سبقته الإشارة إليه، في علم الاجتماع، علم النفس من حيث ارتباطه بالاتجاه وكذا في الدراسات الإعلامية، وهذا ما يعطيه صفة الدينامية، ما يعني أنه كظاهرة يحمل الكثير من التفاصيل والمعطيات التي يتحكم في نجاحها أو فشلها القضية أو المشكلة في حد ذاتها.

فالحوض في موضوع الرأي العام يتطلب استقراء كامل تفاصيله وما يحمله بالداخل مع ضرورة معرفة الجهات التي تقوده وكذا الأفراد اللذين يدافعون عن القضية.

تعريف الرأي العام:

يعرف الرأي العام بأنه: حالة ذهنية مستمدة من معطيات المجتمع وقضاياه، فهو بذلك يعبر عن مجموع مواقف الأفراد اتجاه معطيات الواقع المختلفة، ليتم النقاش حول المشكلة المطروحة والخروج بنتيجة واحدة يتفق حولها الجميع، فهو يقوم على أساس المناقشة ليتسنى للجميع فهم القضية، ما يعني أنه يستند على التفكير الحر وحق كل فرد في فهم تفاصيل المشكلة قبل اتخاذ قرار تشكيل رأي عام، فهو يتشكل من خلال اتفاق وإجماع الأفراد على رأي واحد حول قضية لهم فيها مصلحة مشتركة.¹

¹-Dictionnaire des Medias, sous la direction de Francis Balle, Larousse, Paris, 1998.

فالرأي العام يقوم على أساس آراء الأغلبية التي تهتم بقضية ما، لها فيها مصلحة مشتركة،¹ هذا ويستخدم الرأي العام للدلالة على معان متعددة، أهمها: النظر العقلي لأجل المعرفة أو ما يتوصل إليه العقل من اعتقاد بعد تمحيص ونظر أو حكم حول مسألة ما، وعليه فالرأي يشير إلى الترجيح والاعتقاد ويحمل كذلك معنى التأمل والنظر العقلي، والرؤية بالعين تتعدى إلى مفعول واحد هو الإبصار، أما الرؤية بمعنى العلم فتتعدى إلى مفعولين هما: التفكير والمعالجة العقلية.

أما فيما يتعلق بالمعنى اللغوي لمفردة العام، فهي مشتقة من الجذر اللغوي "عمم"، ومنه يقال شيء عميم: أي تام، وعمهم الأمر : شملهم الأمر، يقال، عمهم بالعطية، ورجل معمم يعم القوم بخيره، والعامه خلاف الخاصة، وقيل الجماعة من الحي، وقيل الخلق الكثير، والعام: الجماعات المتفرقون.

فالعام في اللغة اسم فاعل من عم بمعنى شمل، مأخوذ من العموم وهو لغة الشمول، يقال: مطر عام، أي شمل الأمكنة كلها، وخصب عام: أي عم الأعيان ووسع البلاد، ونخلة عميمة: أي طويلة.

كما تعرف الموسوعة الفلسفية الرأي العام بأنه: مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد، كما يحيلنا أيضا إلى الرأي المشترك خصوصا عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس.²

ويعرفه معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف معين أو مشكلة من المشكلات.³

¹-Lexique de science politique, (Vie et Institutions Politiques), sous la direction d'Olivier Nay, Dalloz, 2 éme éd, Paris, 2011.

10-مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.
-مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص51. ³

فهناك اختلاف كبير بين الكتاب والمفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأي العام، ومرد ذلك الاختلاف للظروف السياسية والاجتماعية التي عاشها كل باحث، فالمفكر الألماني "توينس" يقول: إن الرأي العام - كرأي موحد للجماعة - أمر لا يمكن تصوّره حتى إبان كفاح الشعوب عن كيانها وحياتها، إذ الشجاعة في أفراد الشعب الواحد متباينة، والرغبة في الحياة ليست واحدة، كذلك تختلف أهداف الجماعات في الشعب الواحد وأغراضه، ويستطرد "توينس"، قائلاً: إن الحكومات الذكية الحكيمة هي التي تحاول دائماً أن توحد الرغبة بين أفراد الشعب الواحد وجماعته، بما قد تستطيع هذه الحكومات تحقيقه لوقت محدد، وخاصة أثناء الحروب الوطنية الحاسمة بشرط أن تكون حيوية الشعب قوية سليمة غير عليلة.

ويقول: "دوفيفات" مدير معهد الصحافة بجامعة برلين: إن الرأي العام - كوحدة أو كدرب واحد لخط سير الجماعة بأكملها لا وجود له، إلا أن هناك رأياً ظاهراً من بين آراء الجميع، رأياً غالباً على ما حوله من آراء، أما أن يقال إن هناك رأياً عاماً واحداً يعبر عن عقيدة وإرادة الجماعة كلها ويقره كل فرد فيها فهذا ما لا وجود له. ويقول الفيلسوف: "فيلاند": "الرأي العام ليس رأى الشعب بأكمله، بل يصح أن نعتبره رأى طبقة لها الغالبية والقوة بني طبقات الشعب الأخرى، ويرى "بنتشلي" أستاذ القانون الدولي: أن رأى الطبقة المتوسطة في الشعوب هو الرأي الغالب، وهو في العادة المتفوق على رأي غيره من الطبقات في الشعب، ويعرف المؤرخ الألماني "رانكا" الرأي العام بأنه أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الداخلية غير الظاهرة في الحياة العامة، ويقول السياسي الألماني "بسمارك": "يتكون الرأي العام الحقيقي في باطن حياة الشعب، وتكونه عناصر سياسية ودينية واجتماعية، ويقول أيضاً: "إن الرأي العام هو التيار اليومي الذي يغلب صوته صوت الآخرين في الصحافة وجلسات البرلمان.

ويقول الأستاذ "البيج" أستاذ الرأي العام الأمريكي: إن الرأي العام ينتج عن تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة، أما "بلرمر" فيقول: إن كثيراً من التفاعل الذي يتكون خلاله الرأي العام يحدث نتيجة لتضارب آراء الجماعة وأوضاعها⁴.

-مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 17-18.

وسنستعرض فيما يلي مجموعة من التعاريف لمفكرين كانوا قد اهتموا بموضوع الرأي العام ومنهم:

1-تعريف "دوب":

يعرف "دوب" الرأي العام بأنه: "مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم".

فالمفكر من خلال هذا التعريف لم يوضح المقصود بالناس، هل يقصد مجموع الناس أو غالبيتهم أو مجموعة منهم؟

كما قد يفهم من هذا التعريف أن الاتجاهات ثابتة مع الآراء وهو ليس صحيحا في كل الأحوال، فعند إثارة الخوف مثلا لا تتفق الآراء عادة مع الاتجاهات.

كما لم يتناول هذا التعريف أيضا مناقشة الأفراد للمسألة محل الرأي العام، من منطلق أن المناقشة من الأمور الهامة في تشكيل رأي عام.⁵

2-تعريف "جولت":

يعرف "جولت" أحد علماء الرأي العام الأجانب الرأي العام بأنه: "فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة".

ومن الثغرات المسجلة في التعريف أنه وقف عند حد الفهم فقط، وهو أولى مراحل تكوين الرأي العام ولم يصل لمرحلة إبداء الرأي وظهور اتجاهات معينة لدى الأفراد تحدد ما يريده هؤلاء الأفراد.

13-عاطف عدلي العيد، نهى عاطف العيد، الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص ص 10-09.

كما يشترط هذا التعريف أن يتكون الفهم لدى كافة أعضاء الجماعة ومن المستحيل أن يتفق الشعب بأكمله على فهم موضوع معين واتخاذ رأي واحد اتجاه هذا الموضوع، وجدير بالذكر أن الديمقراطية التي تأخذ بمبدأ حكم الشعب بالشعب، تكتفي بمبدأ الأغلبية للتعبير عن الرأي العام دون اشتراط رأي كافة أعضاء الجماعة لاستحالة تحقق ذلك، بالإضافة إلى ذلك يتصف هذا الرأي بالعمومية، فهو يتطلب فهما معيناً للمصالح العامة الأساسية دون أن يحدد قضية محددة أو مصلحة عامة معينة يتجه إليها الأفراد لإبداء رأيهم فيها سواء بالموافقة أو الرفض.⁶

3-تعريف "يونج":

يعرف "يونج" الرأي العام بأنه: "الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة"، فهذا التعريف لا يعطينا مفهوماً واضحاً للرأي العام، وينقص بعض عباراته التحديد مثل:

*عبارة جماعة: هل يقصد بها جميع الشعب أم جماعة محدودة؟

*عبارة ذات وعي ذاتي: هل يقصد بها منح حق إبداء الرأي للجماعات المثقفة ذات الوعي ويمنع ما عداها من إبداء الرأي؟

*عبارة بعد مناقشة عامة مقبولة، لم يحدد لنا مدى هذا القبول ومعناه ومتى تصبح هذه المناقشة العامة متكاملة وصالحة لأن ينتج عنها رأي عام.

وبناء على ما سبق، فإن هذا التعريف ينقصه الوضوح والتحديد ولا يعطي تعريفاً شاملاً للرأي العام.

- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، مرجع سبق ذكره، ص 10.6

4-تعريف "البورت":

يعرف "البورت" الرأي العام بأنه: "تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيرا مؤيدا أو معارضا لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة، بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين (في العدد) ودرجة اقتناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطريق مباشر أو غير مباشر اتجاه الموضوع الذي هم بصدده".

فهذا التعريف يظهر جوانب هامة من حيث الحجم: عدد كبير من الأفراد والموضوع: وهو حالة محددة أو شخص معين واقتراح ذي أهمية ودرجة الاتفاق: نسبة أو عدد معين والعمق والتأثير (احتمال إرجاء مؤثر فعال).

ولكن ما يوجه من انتقاد لهذا التعريف هو: تركيزه على الرأي العام الفعلي لا الكامن ولا يتضمن شيئا عن عملية الاتصال أو عن قادة الرأي أو دور الجماعات الأولية في تكوين الرأي.⁷

وعليه، تعتبر ظاهرة الرأي العام على اختلاف مستوياتها وتصنيفاتها من الظواهر النفسية التي يتميز بها الأفراد ويتشكل من خلالها سلوك عام يعبر عن واحد من المواقف المؤثرة والبارزة في حياة أي مجتمع من المجتمعات الإنسانية، ولا تدرس هذه الظاهرة الاجتماعية إلا من خلال اتجاهين رئيسيين: الأول يتعلق بدراسة الأفراد والجماعات المكونين لها والثاني: الإلمام بالعوامل المؤثرة التي تحدد إطار وأسس هذه الظاهرة وتدخل في تكوينها وصياغتها، ويأتي في صدارة هذه العوامل وسائل الإعلام المعاصرة التي تؤدي دورا فعالا في صناعة وبرمجة الرأي العام.⁸

-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات، مرجع سبق ذكره، ص7.11
16- سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 17، جامعة تكريت كلية الآداب قسم الإعلام، كانون الأول 2013، ص 479.

المحاضرة الثانية: تاريخ الرأي العام

تمهيد:

سنحاول من خلال هذه المحاضرة الوقوف على كرونولوجيا الرأي العام، من خلال استعراض المحطات التاريخية التي مر بها والمفاهيم التي كانت تعبر عن هذه الظاهرة وطرق توظيفه أو اشتغاله، فكل حقبة تاريخية إلا واستعملته وركزت حوله لأهميته وقوته الضاغطة حتى وإن لم يكن يستعمل بالمفهوم الذي نعرفه اليوم (رأي عام) إلا أنه كان حاضرا وشكل محور اهتمام حضارات وثقافات وكذا مراحل حاسمة من تاريخ البشرية، وهو ما سنسعى للوقوف عليه.

كرونولوجيا الرأي العام:

إن الرأي العام قديم قدم البشرية، وإن كان كإصلاح من مصطلحات العصر الحديث الذي تعددت فيه وسائل التعبير عن الرأي العام من الصحيفة إلى الإذاعة وصولا إلى التلفزيون، فعندما اكتشف الإنسان الكتابة وما رافقها من ظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام، فكان حكام (سومر) و(بابل) و(أشور) يقيمون للرأي العام اعتبارا، كما تكشف آثار مصر القديمة عن إدراك واضح للرأي العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه الوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون وتقديس الكهنة وتشيد المعابد وقامة الأهرامات، ولم يكن هذا كله سوى أسلوبا متطورا للتأثير في الرأي العام.⁹

ومنه، فظاهرة الرأي العام لم تكن وليدة العصر الحديث، وإن كان اصطلاح الرأي العام قد استخدم أول مرة نهاية القرن الثامن عشر (18) إبان الثورة الفرنسية 1789 على لسان وزير مالية لويس السادس عشر للتعبير عن سلوك المتظاهرين، فالظاهرة قديمة قدم المجتمع

1-تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2013-2014، ص 37.

الإنساني فقد كانت الأنظمة الاجتماعية منذ بداياتها الأولى تولي اهتماما كبيرا بآراء الناس واهتماماتهم واستطلاع أفكارهم وآرائهم للوصول إلى القرارات السليمة، فالرأي العام إذن من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا مع أواخر القرن 18 إبان حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية، فلا يمكن القول بأن الحضارات القديمة لم تعرف مفاهيم مشابهة للرأي العام.

فقد عرف اليونان مفاهيم قريبة من فكرة الرأي العام، كالاتفاق العام أو الاتجاهات السائدة، كما تحدث الرومان أيضا عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في أواخر عهد إمبراطوريتهم إلى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب، ولعله يقترب كثيرا من مصطلح الرأي العام في التاريخ الحديث.¹⁰

ففي المجتمعات القديمة، عرفت مدن اليونان المستقلة (الدولة المدينة) الرأي العام واختبرت سطوته ونفوذه قرونا عديدة قبل ميلاد المسيح، فقد كان الرأي العام هو الحاكم الفعلي والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط في المدينة.

ففي تلك المدن اليونانية القديمة، كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين مجتمعين، أو بمعنى آخر: لكافة سكان المدينة والريف المحيط بها باستثناء العبيد والأطفال والنساء.

وكانت هذه الهيئة أو الجمعية تمثل في الوقت نفسه ما يعرف اليوم بالبرلمان والحكومة والقضاء، أو السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والسلطة القضائية جميعا.

وكانت القرارات في اجتماع جمعية المواطنين تتخذ بأغلبية أصوات المواطنين الحاضرين، ولم تترك جمعية المواطنين ميدانا إلا طرقته، فهي التي كانت تختار قادة الجيش والموظفين، وهي التي كانت تعلن الحرب وتعد المعاهدات، وتأمّر بإقامة الاحتفالات العامة وتسن

2-مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الموسم الجامعي 2011/2012، ص57.

القوانين وتفرض الضرائب، وتحكم في القضايا المدنية والجنائية، وتصدر الأحكام أحيانا دون محاكمة، دون رفض أو انتقاد لقراراتها.

كانت سلطة الجمعية كاملة ومطلقة، وكما قال "أرسطو" كانت تفعل ما تشاء " لا يحكمها سوى صوت الأغلبية: صوت الرأي العام.

ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب، وإنما كان من حق كل مواطن أن يتكلم ويبدى رأيه، وإن وقع العبء الأكبر في الكلام والمناقشة على طائفة الخطباء، وهم طائفة من بلغاء القوم كانوا يكرسون حياتهم للسياسة، إما رغبة في الخدمة العامة أو إرضاء لطموحهم أو سعيا وراء منفعة شخصية.

فكان كل خطيب منهم يدافع عن وجهة نظره ويحاول الحصول على موافقة أغلبية المواطنين. وقد جاوز تعداد المواطنين في بعض المدن اليونانية -وبخاصة في أثينا- الأربعين ألف شخص. وكانت اجتماعاتهم تجرى في الهواء الطلق في الصباح الباكر عادة، ويحضرها ما لا يقل عن خمسة أو ستة آلاف مواطن، وكانت تتسم بالنظام وإن لم تخل أحيانا من احتدام الآراء.¹¹

كما سجلت الحضارة الإسلامية حضورها هنا، من خلال القواعد التي أرسنها، حيث اهتمت بالرأي العام وأعطته سلطا كبيرة تصل إلى حد معصية الحاكم إن هو خرج عن حدود سلطته المحددة سلفا، وقد وضع الإسلام أصولا عامة منها (مبدأ الشورى) كما اعترف الإسلام بالحقوق والحريات كحق الملكية الفردية والجماعية وأقام الإسلام حرية الرأي والتعبير.

وابتداء من كتابات (ميكيافيلي) و(روسو) حدث تطور معتبر، حيث تناول الفكر الفلسفي ما يسمى بالرأي العام، فقد اعتبره عنصرا يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة.

- مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005، ص ص 15-16.¹¹

وفي القرن الثامن عشر (18) المسمى بعصر التنوير الذي سنفصل فيه بشكل واضح وهو ما كنا قد أشرنا إليه في أول نقطة من تاريخ الرأي العام، جاءت الثورة الأمريكية وبعدها الثورة الفرنسية كأبرز حدثين يعبران عن دور وقوة الرأي العام، ففرنسا مثلا التي عرفت مشاكل كبيرة كانت بدايتها بالقلق السياسية والاجتماعية، بدليل المجاعة التي انتشرت آنذاك وتخوف الشعب من الموت جوعا، بدأ الرأي العام يتبلور ويتحرك بسرعة كبيرة لإنقاذ المجتمع وإيقاف التجاوزات الحاصلة، وهنا ظهرت سلطته (الرأي العام) من خلال بحثه عن هامش من الحرية والنور بدل الضغوط التي كانت ممارسة عليه في فترات سابقة، فالخبز كان من الأولويات في ظل تزايد مخاوف الأفراد من تسجيل أي حالة وفاة، وهنا تزايدت حدة غضب المواطنين وسخطهم، بما شكل مادة دسمة للصحافة التي تبنت هذه القضية وعمدت إلى تصوير الوضع على حقيقته، بما أدى إلى تشكيل رأي عام مطالب بضرورة التغيير.¹²

ثم جاء القرن التاسع عشر (19) الذي عرف الكثير من التغيرات والأحداث، حيث قامت الثورة الصناعية وتطورت الاكتشافات العلمية واختراع وسائل الاتصال الجديدة حتى أصبح الرأي العام ذو سيطرة كبيرة، فقد كان من نتائجه مطالبة العمال المسؤولين بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم.¹³

كما أنه لا يمكن لنا الحديث عن الرأي العام من دون استحضار قضية (دريفوس) « Dreyfus » التي تشكل بخصوصها هي الأخرى رأي عام فرنسي في نهاية القرن التاسع عشر في ظل حكم الجمهورية الفرنسية الثالثة، واعتبرت صراعا سوسيو سياسيا هز المجتمع الفرنسي على خلفية اتهام النقيب "ألفريد دريفوس" بالخيانة وإرساله معلومات سرية إلى ألمانيا، (دريفوس) الذي تذكر غالبية الكتب أنه فرنسي الجنسية يهودي الديانة، شكلت قضيته رأيا عاما على مدار اثنا عشر سنة كاملة وهذا من عام (1894 - 1906) وهو

¹²-Champfleury, Histoire de la caricature sous la république l'empire et la restauration, deuxième Edition, E Dentu éditeur, Paris, 1877, p 53.

--تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 37-38.

الرأي الذي تسبب في تقسيم المجتمع الفرنسي إلى فريقين، فريق مؤيد لـ "دريفوس" وآخر معارض اتهمه بالخيانة، وهنا بدأت تحركات الرأي العام في كل الأماكن، في الساحات العمومية، في المقاهي، وعاشت فرنسا حالة من الضغط والتوتر، لم تنته إلا بعد تبرئة "دريفوس". الإعلام بدوره أثناء تلك الحادثة الطويلة لعب دورا كبيرا من خلال الرسائل الإعلامية التي كان يطرحها والتي ساهمت بدورها في صناعة رأي عام.¹⁴

ومع مجيء القرن العشرين حقق الرأي العام العديد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون جعلنا من ذلك القرن قرن الرأي العام، كما كان للحرب العالمية الأولى أثر هام في تدعيم الرأي العام، فظهور الدراسات النفسية في القارة الجديدة بعد تلك الحرب ركزت حول دراسة السلوك، ما قاد إلى اكتشاف أن أصل السلوك ما هو إلا بعض صور التهيؤ للعمل وأطلق عليه مفهوم (المواقف) أو (الاتجاهات) وهذا المفهوم ليس إلا الرأي العام في جوهره أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام، فمختلف هذه التطورات لمفهوم الرأي العام انعكست على مفهومه، حيث اختلف حوله الكثير من العلماء والباحثين بحسب توجهاتهم وأفكارهم.¹⁵

¹⁴-Maurice Talmeyr, Comment en fabrique l'opinion, Librairie académique Didier, Paris, 1905, p p 52-53.

- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 38.¹⁵

المحاضرة الثالثة: نظريات الرأي العام

تمهيد: اهتمت العديد من النظريات بدراسة الرأي العام، لأهميته ودوره الكبير في تحريك العديد من القضايا، فهو يعتبر قوة ضاغطة لها حضورها وتأثيرها، ومن النظريات التي يمكن الإشارة إليها:

1- نظرية الحقنة تحت الجلد:

تلعب هذه النظرية دوراً في التأثير على الجماهير المستهدفة بشكل قوي، حيث تنظر إلى الجمهور المستهدف على أنه جمهور سلبي، بحيث يتصرف حسب ما يشاهده ويتلقاه من الوسائل الإعلامية. وبالتالي فإنّ نظرية الطلقة السحرية تؤكد على الرسائل الإعلامية والوسائط التي يتم استخدامها بمثابة حقنة يتم وضعها واستخدامها في الجوانب العقلية لدى الجمهور المستهدف، وبالتالي فلقد برز استخدام هذه النظرية في ألمانيا، حيث كان ذلك بعد الحرب العالمية الثانية. كما توجد مسميات أخرى لنظرية الطلقة السحرية منها نظرية التأثير تحت الجلد، والتي نتجت؛ بسبب الخوف من ما تقدمه الوسائل الإعلامية، حيث تسعى هذه النظرية إلى تحقيق الديمقراطية في المجتمعات، حيث لا يتأثر جميع الأشخاص بنفس المستوى في المحتويات الإعلامية في نظرية الطلقة السحرية. حيث يكون ذلك وفقاً لمجموعة من الخصائص المتباينة ما بينهم، حيث تعتمد وتستند نظرية الطلقة السحرية على الآثار المتحققة بشكل مباشر من الوسائل الإعلامية، كما تستخدم النموذج الإعلامي الملائم مع الوسائط الجماهيرية، وبالتالي فإنّ محدودية الرسائل الإعلامية المقدمة تتأثر بالأدوات الاتصالية المستخدمة والمتاحة لدى الوسيلة الإعلامية.

كما تمتلك نظرية الطلقة السحرية القدرة الكافية في التحكم بالجماهير المستهدفة، كما أنّها . تتأثر بالتكنولوجيا الاتصالية المستخدمة كما قد يكون ذلك على شكل رسوم متحركة، أصوات

إذاعية أو كلمات مكتوبة، حيث تعتبر هذه نظرية من أكثر النظريات استخداماً في مجال الكتابة الصحفية.

كما ظهر مفهوم التكيف في نظرية الطلقة السحرية والذي يسعى إلى تكيف الجماهير للمحتويات الإعلامية المقدمة، والذي يساهم في التلاعب بكافة الردود الاتصالية، وذلك من أجل التنبؤ بالأحداث المستقبلية على غير العادة.¹⁶

فقد تعرضت نظرية الطلقة السحرية إلى مجموعة من الانتقادات منها: إنّ نظرية الطلقة السحرية تقوم بتدفق محتوياتها الإعلامية من أعلى إلى أسفل. تفترض نظرية الطلقة السحرية بأنّ الجمهور المستهدف بمثابة جمهور سلبي، حيث يتأثر بسهولة بالمضامين، بغض النظر عن صحة هذه المضامين وموضوعيتها. فالفشل الذي تعرضت له نظرية الطلقة السحرية في اختيارها للأنماط السلوكية والتي تتأثر بأنظمة الاتصالات الشخصية. لا تعتبر نظرية الطلقة السحرية من النظريات التجريبية؛ ويرجع السبب وراء ذلك هو أنه بالإمكان التحقق منها وذلك عن طريق الملاحظة والخبرة.

¹⁶ <https://e3arabi.com/?p=686387> - لبنى مهدي، ما هي نظرية الطلقة السحرية؟، تاريخ الزيارة 17 مارس 2020، الساعة 15:00.

2-نظرية الاستخدامات والإشباع:

اختلفت تسمية نظرية الاستخدامات والإشباع، فمنهم من أطلق عليها مسمى نموذج، ومنهم من اعتبرها نظرية، ويُعد أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل "كاتز" و"بلومر" في عام 1974 في كتابهما استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، حيث صَوّر الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام، ودوافع اختيار الفرد أو المتلقي لها والمحتوى الذي تقوم بعرضه، واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقاً لـ "إيهو كاتز" و"بلومر"¹⁷

فهذه النظرية ترى أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.¹⁸

تعتمد النظرية على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

3- تأكيد أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

4- يستطيع الجمهور دائماً تحديد احتياجاته ودوافعه، وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.

-محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 254.¹⁷
عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق أسامة بن مساعد المحيا، 1433 هجري، ص 09.¹⁸

5- يمكن الاستدلال بالمعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹⁹

أما الأهداف التي تتحقق فهي:

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، باعتبار أن الجمهور نشط.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض.

3- تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²⁰

فنظرية الاستخدامات والإشباعات تُصنّف دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى دافعين رئيسيين، وهما:

دوافع نفعية: تتمثل الدوافع النفعية وفقاً لنموذج نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها دوافع اكتساب المعرفة، والتعرف إلى المعلومات وكسب الخبرات في مجالات الحياة، مثل التعرض لنشرات الأخبار على التلفاز.

دوافع طقوسية: تتمثل الدوافع الطقوسية بكسر الملل، والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها، إضافة إلى أسباب ترفيهية، ومن أبرز الأمثلة على ذلك التعرض للأفلام والمسلسلات والبرامج الكوميدية.

ومن ضمن أنواع الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، نجد نظرية الاستخدامات والإشباعات تقوم على وجود حاجات تدفع الجمهور إلى اختيار نوع الوسيلة والمحتوى الإعلامي الذي يرغب به، حيث يسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لذلك المحتوى، ووفقاً للعلماء والمختصين في الدراسات الإعلامية، فإن الإشباعات تنقسم على النحو التالي: **إشباعات المحتوى:** ترتبط إشباعات المحتوى بالمحتوى الذي تقدمه الوسيلة

- حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 241. 19 -
- عبد الحافظ عواجي صلوي، مرجع سبق ذكره ص 10. 20

الإعلامية، وتنقسم إشباعات المحتوى إلى قسمين، حيث يُعد النوع الأول إشباعات توجيهية، تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد والحصول على المعلومات، بينما يُعد النوع الثاني إشباعات اجتماعية، تتمثل في ربط المتلقي للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته الاجتماعية.

وهناك **الإشباعات العملية**: ترتبط الإشباعات العملية بالوسيلة الإعلامية ذاتها، وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية مثل الحد من الخوف والقلق، وتعزيز الشعور بالذات والدفاع عنها، أما النوع الثاني فهو إشباعات شبه اجتماعية، حيث وتتمثل بزيادة علاقة الفرد المتلقي بالشخصيات الإعلامية، وترتبط ارتباطاً وثيقاً لضعف العلاقات الاجتماعية لدى الأفراد، حيث تزداد عزلتهم غالباً.

الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات:

حالتها كحال باقي النظريات، فقد واجهت نظرية الاستخدامات والإشباعات انتقادات وإشكاليات من وجهة نظر مختصين في الدراسات الإعلامية، وفي بداية الانتقادات كانت صعوبة تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري بسبب اختلاف القدرات العقلية لدى الأفراد، واختلاف الظروف الاجتماعية لديهم، ومن أهم تلك الظروف القدرات الاقتصادية، لذا؛ كان من الأجدر وضع تصنيفات اجتماعية إلى جانب الحاجات والإشباعات. وفي انتقاد موجه إلى النظرية يرى "دينيس ماكويل" بأن بعض الحاجات قد تكون ذريعة لبعض الوسائل الإعلامية لتقديم المحتوى الهابط أخلاقياً، وذلك لا يُعد مبرراً لإنتاج مثل هذا النوع من المحتوى، ويرى آخرون بأن النظرية قائمة على مصطلحات مرنة، مثل الدوافع والحاجات والإشباعات، ما يُشكل صعوبة في تحديد ناتج ثابت يفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.²¹

-مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 216 / 217

3-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم. وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد على وسائل الإعلام أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون.

فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها. وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة.

ومن ناحية أخرى، فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا ويمكن وصف ذلك بمفهوم "الاعتماد المتبادل" فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها البعض.²²

يعمد "بال روكش" و"دي فلور" إلى ملء الفراغ الذي خلفه النموذج السابق (الاستخدام والإشباع) بإهماله لتأثير وسائل الإعلام والتركيز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام.

- عبد الحافظ عواجي صلوي، مرجع سبق ذكره ص29.22

وهذا المدخل يرفض الافتراضات السببية وهي الفرضيات التدعيمية السابقة ولكي يتخطى هذا الضعف، فإن المؤلفين يأخذان منهاج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، وهما في نموذجهما المسمى بـ (نموذج الاتكال على وسائل الإعلام) يقترحان علاقة اندماجية بين الجمهور ووسائل الاتصال والنظام الاجتماعي العريض.

ولذا، فإن أي محاولة لشرح تأثيرات وسائل الإعلام يجب أن تأخذ عوامل (متغيرات) عديدة في الاعتبار، وإذا أخذنا هذه المجموعة من المتغيرات في الحسبان فرديا وتفاعليا وتنظيميا فإننا يمكن أن نحصل فهما أكثر ملائمة لتأثير وسائل الاتصال.

ومحور هذه النظرية، أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام لتحقيق حاجاتها وتحصل على أهداف معينة.

وينسجم هذا النموذج في هذه النقطة بشكل عام مع الفكرة الأساسية لنموذج الاستعمال والإشباع، ولكنه يختلف عنه بأنه (نموذج الاعتماد) يفترض تفاعلا بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي والمجتمع.

وتأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذا التفاعل، ولهذا نجد هذا النموذج يختلف عن سابقه في تفسير تأثير وسائل الإعلام في ظروف الاستقرار الاجتماعي، إذ يفترض أنه حينما يكون التغيير الاجتماعي والصراع مرتفعين فإن المؤسسة القائمة والمعتقدات والممارسات التي تواجه التحدي تجبر الناس على إعادة تقييم آرائهم، وتضعهم أمام عدة اختيارات.

وفي مثل هذه الأوقات، فإن اتكال الناس على وسائل الإعلام يزداد للحصول على المعلومات التي تستعددهم في الاختيارات، ويشتمل هذا النموذج على ثلاثة أنماط من التأثيرات: التأثير المعرفي، التأثير العاطفي والتأثير السلوكي.

وتأثيرات الاتصال الجماهيري في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجماهير على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام والنقطة الهامة في هذه



النظرية، أن وسائل الإعلام ستؤثر في الجمهور إلى الدرجة التي فيها سيعتمد على تلك الوسائل.²⁴

4- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

مؤسسا نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هما (باول لازارسفيلد) و(إيلين كاتز)، وفكرة هذه النظرية أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين: المرحلة الأولى: قادة الرأي الذين يتعرضون غالبا للرسائل الإعلامية.

المرحلة الثانية: ومن ثم تنتقل من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية، وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.

فأول ظهور لهذه النظرية كان على مرحلتين، وهو ما بلورته نتائج الدراسة التي أعدها الباحثون في جامعة كولومبيا الأمريكية (لازارسفيلد) (برنارد برلسون) و (هيلين جوديت) بعنوان: اختيار الشعب، التي أجريت على الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1944، إذ كان من أهم نتائجها التي لفتت نظر الباحثين، أن قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية.²⁵

وبناء على نتائج هذه الدراسة طور (لازارسفيلد) و(كاتز) عام 1955 نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

من هم قادة الرأي العام؟

هم الأشخاص المؤثرون في الرأي العام والذين يمثلون المتغير الأهم في البناء المعرفي لهذه النظرية، باعتبارهم يتلقون الرسالة من وسائل الإعلام ثم ينقلونها إلى الجمهور وفقا لرؤيتهم

²⁴نضال فلاح الضلاعين، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي، عمان، 2014، ص 248.
²⁵جسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 177.

الشخصية وتفسيرهم لهذه الرسالة بقصد إحداث أثر معين قد يتفق مع الرسالة الأصلية أو يختلف معها.

وليس لقادة الرأي في هذه النظرية سمات محددة متفق عليها، وإنما هم أشخاص يظهرون في سياق العملية الاتصالية باعتبارهم مؤثرين في القضية التي يتحدثون عنها ومؤهلين علمياً ومعرفياً بطريقة تكسبهم المصداقية وتساعدهم على إحداث الأثر المطلوب. فهذه النظرية نشأت من خلال دراسات ذات طبيعة سياسية، فإن وصف (قادة الرأي) ينصرف غالباً إلى (الرأي السياسي).²³

ومن أبرز ما تطرقت له النظرية، أن عملية تكوين الرأي ليست عملية فردية، بل هي عملية جماعية، كما أن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين الآراء، وأن هناك أفراداً داخل الجماعات حرصاً في الاطلاع على وسائل الإعلام الجماهيري، وأنهم حريصون على نقل مضمونها إلى باقي أفراد الجماعة، بالإضافة إلى أن غالب أفراد الجماعات يحصلون على المعلومات من الاتصال المباشر مع قادة الرأي وليس من وسيلة الاتصال مباشرة.

جسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص 178.23

5-نظرية الحتمية التكنولوجية:

ظهرت نظرية مارشال ماكلوهان قبل أكثر من أربعة عقود وما زالت حتى اليوم من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية، من خلال تأكيدها على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، إذ يرى ماكلوهان، أن الوسيلة هي الرسالة، وأوضح أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بشكل مستقل عن تقنيات وسائل الإعلام والموضوعات والجمهور الذي يوجه المضمون إليه، وأشار إلى أنهما يؤثران على ما تورده تلك الوسائل، رغم أنه من طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان، أنها تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال

وبين ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع تحدد طبيعة المجتمع وكيفية معالجته لمشاكله، وأن أية وسيلة، تعتبر امتداداً لحواس الإنسان، وتشكل الظروف التي تؤثر على الأسلوب الذي يفكر به الناس ويتلقون المعلومات وفقاً له. وعرض ماكلوهان أربعة مراحل تعكس برأيه التاريخ الإنساني، وهي:

المرحلة الشفوية: أي مرحلة ما قبل التعليم، أو المرحلة القبلية

مرحلة الكتابة والنسخ: التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت لنحو ألفي عام

عصر الطباعة: واستمر من عام 1500 وحتى عام 1900 تقريباً

عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: وبدأ عام 1900 تقريباً ولم يزل مستمراً حتى الوقت الراهن.

وأن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على تشكيله. وأهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال، أنه قسم الوسائل إلى : وسائل باردة و وسائل ساخنة

ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً للمشاركة والمعاشية والاندماج معها، أما الوسائل الساخنة، فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائياً، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى أي جهد يبذله للمشاركة أو المعاشية، فالكتابة والإذاعة المرئية هي وسائل باردة، أما الطباعة والسينما فهي وسائل ساخنة.

والفكرة الرئيسية أن الوسيلة الساخنة تبعد ، والوسيلة الباردة تقرب أو تستوعب ، الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها أو تكمل الجمهور لما تقدمه ضئيلة أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية

ويقول ” ماكلوهان ” أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله وأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان ، تشكل ظروفًا جديدة محيطية تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف ، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها.²⁴

ويعني “ماكلوهان” أيضاً بفكرة الوسيلة هي الرسالة ، أي أن مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى ، فإذا نظرنا إلى الكتابة نجد ان مضمونها هو الكلام والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع ، والمطبوع هو مضمون التلغراف ، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية ، فمضمون الظرف الجديد هو الظروف الأقدم ونحن نحاول دائماً أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد.

وأشار ماكلوهان في نفس الوقت إلى أن وسائل الأعلام الإلكترونية ساعدت على انكماش الكرة الأرضية وتقلصها من حيث الزمان والمكان، حتى سميت بالقرية العالمية ، ورافقها زيادة في الوعي الإنساني بالمسؤولية إلى حدود قصوى، ورأى أن هذه الحالة الجديدة أدت إلى ما يمكن تسميته بعصر القلق، لأن ثورة الاتصال الإلكترونية الجديدة أجبرت الأفراد على التعمق بالالتزام والمشاركة.

6-نظرية ترتيب الأولويات:

تقتضى نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

فالأصول النظرية لدراسات "وضع الأجندة" (ترتيب الأولويات) تعود إلى ما كتبه "والتر ليبمان" (Lippman) عام 1922 عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث" في كتابه "الرأي العام" الذي جاء فيه أن " وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيانات زائفة - في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع".²⁵

وقد تم تجاهل هذه النظرية تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين، وفي الستينيات (1963) أعاد "كوهين" (Cohen) إحياء وجهة نظر "ليمان"، حيث زعم بأن وسائل الإعلام "لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)".

وقد دعم كل من "لانغ" و"لانغ" (Lang et Lang, 1966) هذا الرأي من خلال تقرير أشارا فيه إلى أن "وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات وتقتصر ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد... وما الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به".

حسن عماد مكارى، ليلي السيد، مرجع سبق ذكره، ص 257.²⁵

ويرجع الفضل إلى " ماكسويل كومبس " و"دونالد شاو" (MC Combs et Show) في إجراء أول اختبار إمبريقي لنظرية ترتيب الأولويات، وكان الفرض الرئيسي لدراستهما هو" بالرغم من التأثيرات المحدودة في بعض الأحيان لوسائل الإعلام على نوع أو شدة الاتجاه إلا أنه يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة " .

واعتمدت هذه الدراسة على أسلوب تحليل المحتوى للتعرف على الكيفية التي قدمت بها الصحف والمجلات والتلفزيون الأخبار السياسية عن المترشحين والقضايا الانتخابية خلال فترة زمنية معينة.

وظل هذا الاتجاه المنهجي مسيطرا على بحوث وضع الأولويات حتى الوقت الحاضر، حيث يتم الربط بين الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام، وبين إدراك الجمهور لتلك الموضوعات.

كما أشار "ماكومبس" و"دونالد شو" إلى الجانب الآخر للنظرية حيث تحدثا عن دور الجمهور في وضع أجندة وسائل الإعلام بقولهما أن لهذه الأخيرة دور رئيس في تحديد القضايا العامة اليومية، لكنها ليست المحددة لأولويات الجمهور، نظرا للتفاعل الحاصل بينها وبين مصادرها بالشكل الذي يؤثر في وضع أجندتها نفسها، والأهم تلك التفاعلات الكائنة مع جمهورها بحيث تأخذ في اعتبارها ما هو مقبول لديهم.

وتتأثر عملية ترتيب أولويات الجمهور من طرف وسائل الإعلام بعدة عوامل ومتغيرات منها:

- الاتصال الشخصي له تأثير كبير في هذه العملية، فهو يمكن أن يدعم أو ينافس وسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور، ذلك أن العمليات الاجتماعية تؤثر أيضا على أحكام الجمهور حول أهمية قضية أو شخص ما. كما أن الاتصال الشخصي يعزز تأثير أجندة

وسائل الإعلام حول القضايا التي يتم تغطيتها بتوسع، بينما يمكن أن ينافس أجنحة وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تم تغطيتها بدرجة أقل.²⁶

- لا يوجد اختلاف واضح في ترتيب الأجنحة بين أعضاء الجمهور باختلاف الخصائص أو السمات الديموغرافية أو العامة مثل النوع، التعليم، أو الحالة الاقتصادية.
- درجة التجانس التي يتسم بها المجتمع في هذه الخصائص، فحيث ترتفع درجة التجانس، يزداد الاتصال الشخصي، بحيث يصبح منافسا لوسائل الاعلام في وضع أجنحة الجمهور، أو مساندها حسب أهمية الوقائع والأحداث في أجنحة المجتمع المحلي المحدود أو الجماعات المتجانسة.²⁷

- طبيعة القضية ومدى اقترابها أو ابتعادها عن الخبرة المباشرة لهذه الجماعات أو المجتمعات. فكلما كانت القضية قريبة من الخبرة المباشرة للجمهور انخفضت قدرة وسائل الاعلام على ترتيب أجنحة الجمهور في هذه القضايا، بينما في القضايا البعيدة عن الخبرة المباشرة تتجح وسائل الاعلام في التأثير على أجنحة الجمهور.

- وفي مجال المقارنة بين وسائل الاعلام انتهت كثير من البحوث إلى أن الصحافة تتجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجنحة الجمهور ذلك أن التلفزيون يهتم بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن أن تهتم بها الصحف. وبالتالي فإنه بالرغم من زيادة التعرض الى التلفزيون إلا ان ذلك لم يؤد الى ظهور تأثيره في دعم وظيفة الأجنحة، وبالتالي فإن وظيفة ترتيب الأولويات لا ترتبط بمستوى التعرض بقدر ارتباطها بنوعية الوسيلة. لأن التلفزيون بجانب اهتمامه بالقضايا لا يتسم بالعمق والاهتمام بالتفاصيل كما في الصحف. وبالتالي فإن التلفزيون لا يقوم بوظيفة وضع الأجنحة للجمهور بينها تقوم الصحف بذلك.

- عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الطبعة الأولى، الدار العالمية للنشر، 2014، ص ص139-26.
27 - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998، ص ص 96-97.

على الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختبار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينيات والثمانينات ، إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها:

- ففي رأي " جريفين " أنه على الرغم من أن "ماكومبس " و"شو " اعتبرا أن وظيفة الأجنحة حقيقة قائمة ، فإن البحوث التالية خلال العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، فتحديد أجنحة الجمهور اختلف كثيرا من بحث إلى آخر.

ومن جانب يرى "ماكويل و وينداهل " أنه ليس واضحا ما اذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجنحة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي ، بالإضافة الى السؤال حول ما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرا في ذاته لتأثير أجنحة الإعلام.

- التباين والاختلاف بين صور الترتيب (الأجنحات) التي تشملها مثل أجنحات الأفراد أو الجماعات أو أجنحات المؤسسات مثل الأحزاب أو الحكومات والتأثيرات التي تتم على عملية وضع الأجنحة في كل حالة مثل تأثير الاتصال الشخصي .أو تأثير السياسيين وصانعي القرار ، على الرغم من وحدة المصدر وهو وسائل الإعلام .

- عدم تحديد مستوى النية أو العمد أو الهدف الخاص بوسائل الإعلام.

- وكذلك بالنسبة أيضا التساؤل حول الشك في نقطة البداية وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام أو بأعضاء الجمهور وحاجاتهم، وربما بواسطة مؤسسات الصفوة التي تعمل كمصدر لوسائل الإعلام.

7-نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

تعود جذور النظرية إلى عالم الاجتماع الأمريكي **دانيال ليرنر** الذي اهتم بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام و التغيير الاجتماعي و الثقافي ودور هذه الأخيرة في التنمية القومية لاجتياز المجتمع التقليدي إذا قدمت نظريته تأثيرات معينة لدور وسائل الإعلام في الإقناع و التأثير على الأفكار و الاتجاهات و القيم، و الأفكار التي صاغ بها **ليرنر** نظريته في مجملها كانت حصيلة الأبحاث التي أجراها مع بداية الخمسينات على ست (6) دول في الشرق الأوسط هي: تركيا ، إيران ، مصر ، سوريا، لبنان والأردن .

إن **ليرنر** في تقديمه لنظريته اعتبر أن النسق الغربي في التحديث هو غربي من ناحية تاريخية فقط لكنه عالميا اجتماعيا ، و هو يرى أن القواعد الأساسية للنموذج الغربي تظهر ثانية في جميع المجتمعات التي هي في طور التحديث في جميع القرى بغض النظر عن العرق الأسون و العقيدة.

وحسب **ليرنر**، فإن التحضر هو اتجاه عقلائي من نمط الحياة التقليدية إلى نمط الحياة الجديدة تزداد فيه مساهمة الأفراد أي أن التحضر يحدث أولا لأن المدن وحدها طورت المهارات والثروات التي تميز الاقتصاد الصناعي (المدينة تتسع لتشمل القرى) ، ويضيف **ليرنر** إن التحضر المتزايد يؤدي إلى زيادة المعرفة وتعلم القراءة والكتابة مما يزيد من الإقبال والتعرض لوسائل الإعلام الذي تزداد معه عملية ركز عليها **ليرنر** في نمودجه وهي " التقمص الوجداني " الذي يعني تصور الفرد لنفسه في مواقف و ظروف الآخرين ، أو الحالة الذهنية والنفسية التي تعيشها الشخصية الحركية وكل ما سبق يؤدي إلى زيادة في المشاركة الواسعة البارز المهمة والمقدمة للمجتمع الحديث.²⁸

- نضال فلاح الضلاعين، مرجع سبق ذكره، ص ص230-231.28

إن أهم ما اعتقده ليرنر في نظريته هو أن خاصية النقص الوجداني وانتشارها في أوساط أفراد المجتمعات النامية من شأنها أن تؤدي إلى عصرتها، ورأى أن وسائل الإعلام قادرة على خلق هذه الخاصية السلوكية، كما أنها قادرة على تأدية وظيفة "مضعف الحراك" التي تساهم بشكل كبير في إحداث التنمية والإسراع من مراحل تجاوز الحياة التقليدية.

ومن مراحل التحديث (اجتياز المجتمع التقليدي) حسب (ليرنر) نجد:

أ - التحضر التي يعني الانتقال من الريف إلى المدينة ويرى ليرنر أن المدينة تتسع لتشمل القرى المجاور كمرحلة أولى للتحديث

ب - الزيادة في معرفة القراءة والكتابة كمرحلة ثانية حين أن زيادة نسبة سكان المدن يعني زيادة نسبة المتعلمين .

ج - ارتفاع مستوى التعرض لوسائل الإعلام كمرحلة ثالثة إذ بزيادة نسبة المتعلمين في المجتمع ينقص الاعتماد على الاتصال الشخصي لتصبح أداة الاتصال الأساسية هي وسائل الاتصال الجماهيرية .

د - كمرحلة رابعة يرى ليرنر أنه حينما يتقدم المجتمع تكنولوجيا ويتطور صناعيا يستطيع أن يصدر الصحف على نطاق واسع وينشئ الشبكات التلفزيونية ودور سينما وكل ذلك يساهم بشكل فعال في نشر التعليم والمعرفة.

هـ - وكمرحلة أخيرة اعتقد ليرنر أنه يتطور المجتمع اقتصاديا تزداد المشاركة السياسية للأفراد التي تعتبر من سمات المجتمعات المتطورة ، كما يرى ليرنر أن الناخبين هم الذين يساهمون في الحياة العامة لمجتمعاتهم في حين يكون من خصائص المجتمع التقليدي انعزال أفراده وعدم اهتمامهم إلا بما يتصل بشكل وثيق بحياتهم الخاصة ، كما يقول هابرماس " تشوه الاتصال " .

أما بالنسبة لعناصر نظرية اجتياز المجتمع التقليدي فإنها تأتي على النحو الآتي:

أ- التقمص الوجداني: رأى ليرنر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العمليات الاجتماعية و هي مقدرة الأفراد على تخيل و تصور أنفسهم في موقف الآخرين ، و حين يظهر عدد كبير من الأفراد على التقمص الوجداني في احد المجتمعات فان هذا المجتمع في طريقه إلى التطور السريع ، و التقمص الوجداني هو الخاصية التي تميز الإنسان الذي يتحرك (ينشط) و هي مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد الانتقال من الحياة التقليدية إلى الحياة الحداثثة (التنمية).

ب- استخدام وسائل الإعلام تتحرك الناس: اعتقد ليرنر أن وسائل الإعلام تساهم بشكل فعال في دفع الناس نحو التقمص الوجداني ، إذ تقدم وسائل الإعلام العديد من النماذج التي يحاول الجمهور أن يسقطها على نفسه و إدماجها في حياته الخاصة ، و نظرا لزيادة وسائل الإعلام و غوصها في حياة الأفراد فإنها تسارع في عملية التقمص الوجداني الذي يميز الأفراد في المجتمعات المعاصرة (كما في الإشهار و الأفلامالتي تعرض نماذج الحياة المثالية المتطورة...).

ج - نظام التحديث: رأى ليرنر أن دور وسائل الإعلام في عمليات التنمية و التحديث يكون من خلال دورها في تعبئة الجمهور و توجيههم في المجالات المختلفة ، كما رأى أن الأفراد الذين يعيشون معا في نظام سياسي واحد يطورون طرق التوزيع المعلومات و تدفقها بشكل تفاعلي مع توزيع السلطة و الثورة و الوضع الاجتماعي لتشكل نظاما متماسكا ، و يعد نظام الاتصال مؤشرا للتغيير في النظام الاجتماعي الشامل،(كما يرى دينيس ماكسويل).

وقد واجهت نظرية اجتياز المجتمع التقليدي جملة من الانتقادات لعل أهمها::

أ- إن تطور تكنولوجيا الاتصالات المختلفة ووسائل المواصلات و التطور الاقتصادي أنهى عزلة القرى و تغالب على حاجز الأمية ، فلم يعد من الضروري على الفرد أن ينتقل إلى المدينة كي يحدث التطور و الاعتماد على المبتكرات في حياته.

ب- إن وسائل الإعلام الحديثة جعلت التغيير الثقافي و الاندماج الاجتماعي سهلا و سريعا بل و جعلت الطبيعة البشرية أكثر استعدادا للتغيير كما الحال بالنسبة لإشكالية العولمة .

ج- إن التغيير الاقتصادي السريع يمكن أن يحدث بشكل أفضل في ظل أنظمة سياسية غير ديمقراطية كما في الصين أو روسيا.

د- هناك من يعتقد أن التطور يمر بمراحل ثابتة غير دقيقة و أسرع من النموذج الغربي التدريجي الذي اقترحه ليننر.

8- نظرية الغرس الثقافي:

ولعل نظرية الغرس الثقافي واحدة من النظريات المهمة، حيث تعتبر تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعليم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، خصوصاً الأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة، لذا ترتبط هذه النظرية (بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة - واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الحقيقي والواقعي.

وتعود البدايات الأولى لأفكار هذه النظرية إلى (جورج جيرنر) عندما قال أن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة جهود بحثية في تأثيرات التلفزيون على الجمهور الأمريكي، عندما اجتاحت الولايات المتحدة الأمريكية موجة من العنف والاضطرابات والجرائم والاضطرابات في نهاية الستينات.²⁹

ومثلما يكون لكل نظرية محاسنها وأدلة على صحة فروضها، فلها أيضاً عيوبها ومنتقديها. ترى نظرية الغرس الثقافي أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم (الاجتماعي الذي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية. وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية، والتي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة والتأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً حيث يقوم أولاً على التعليم، ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين.

وكانت نتائج الدراسات التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وأدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون، حيث وضع (جيرينر) مشروعاً الخاص بالمؤشرات أو المعالم

²⁹ 13/04/2020 10:0 -www.google.com <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=256306>



الثقافية الذي يهدف للتأكد من قيام هذه العلاقة خلال دراسة ثلاثة عناصر أساسية العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الإعلام الصور الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام

العلاقة بين التعرض إلى الرسائل التلفزيونية ومعتقدات الجمهور وأنماط سلوكه.

ومن تعريف (جيرينبر) لمفهوم الغرس على أنه ما تفعله الثقافة بناء والثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلم , وحيث تهتم العملية باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان , فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع , ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها

وعملية الغرس الثقافي ليست عبارة عن تدفق موجة من التأثيرات من التلفزيون الى الجمهور المتلقين ولكنها جزء من عملية مستمرة, وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات , ومشاهدة التلفزيون ترتبط بطرق عديدة بمختلف الجماعات , والمواقف الحياتية , وصور العالم.

بجانب أن الغرس الثقافي يعتمد على هيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين , فإنه أيضا ولأن (جيرينبر) وزملاؤه ربطوا بين كثافة المشاهدة - طول كمصدر للمعلومات والمعارف وقت المشاهدة وأستمرارها بمرور الوقت - وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم, فإن المشاهدة أصبحت متغيرا ثابتا في كل الفروض والدراسات الخاصة بعملية الغرس. مع الخلاف على أساليبها بين الخبراء والباحثين

فمثلا : مشاركة الأسرة في المشاهدة وتوجيهها لم تحسم نتائجها , بينما يرى أن ذلك عامل مساعد في تنمية الغرس , وهناك رأي آخر يقول : أن هذه المشاركة تسيطر أو تضبط عملية الغرس ولا تؤدي إلى زيادتها.

وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية , فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار الذين لم تتكون

لديهم القدرة بعد على التمييز بين الحقيقة والخيال , على الصغار في الجماعات والأرة غير المتماسكة , وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون كضحايا.

قدمت هذه الدراسات وغيرها من خلال العلاقات الفرضية مفهوميين رئيسيين في عمليات (الغرس وهما: (الاتجاه السائد, والصدى أو الرنين.

ويقصد بالاتجاه السائد : هو التجانس بين الأفراد ذوو درجة الكثافة الواحد في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة التي يقدمها التلفزيون , والصور التي يراها , بالتالي يمكن الكشف عن التباين في أدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل, وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة, وعليه فان الاتجاه السائد هو :عبارة عن نسيج من المعتقدات, والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة ويتوحد معها بكثرة المشاهدة ولا تظهر بينهم فروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية أو السياسية وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير الى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق تقل أو تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة ويشير أيضا إلى الاتساق بين الاتجاهات والسلوك الذي يمكن أن يقوم بتأثير التلفزيون أكثر من وسائل أو عوامل مؤثرة أخرى.

- ويقصد بالصدى أو الرنين : التأثيرات المضافة للمشاهد بجانب الخبرات الاصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين . وبذلك فان المشاهدة يمكن ان تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعاءها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات وعلى الرغم من أن نظرية الغرس قد وضعت أساسها وفروضها البحوث الخاصة بانتشار العنف والجريمة باعتباره نتيجة للتعرض المكثف للتلفزيون إلا أن تطبيقها لا يجب أن يقف عند هذه الحدود, حيث تؤكد النظرية الأفكار الخاصة بتأثير التلفزيون على أدراك الأفراد والجماعات والمجتمع في رسم صورة العالم الخارجي في أذهانهم كما يقدمها التلفزيون. وبالتالي، فإن اختبار النظرية يمكن أن يمتد ليشمل تأثير التلفزيون في رسم مدركات الأفراد



والجماعات لصور وأفكار متعددة في العالم الخارجي أو الواقعي

وعلى سبيل المثال : هناك الكثير من الأمور التي يمكن تدرس من خلال فروض الغرس في عالمنا المعاصر مثل تأثيرات (التبادل الثقافي) والى أي مدى يشكل غزوا بتغيير الثقافات أو تهديدها , والتطورات التي ساهمت في دعم دور التلفزيون , مثل الأقمار الصناعية , وتأثيراتها على الثقافات الفرعية داخل المجتمع الواحد وتأثيرات هذا الدور في تماسك المجتمع . أو تهديد هذا التماسك

وكذلك دور عملية الغرس في تدعيم الوضع الراهن واستخدام الصفة من الطبقات المهيمنة في نشر الأفكار المؤيدة لمصالحها , وكذلك الأدوار التي تعتبر امتدادا لدور وسائل الإعلام في عملية التحديث ونشر الأفكار الجديدة.

يؤكد الخبراء على ستة اعتبارات أساسية لنظرية الغرس وأختباراتها من خلال تحليل الغرس : كأسلوب للدراسة والبحث

أولا : يعتبر التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلا خاصا لدراستها .فهو الوسيلة الوحيدة التي تدخل المنازل لساعات طويلة خلال اليوم , وتمتد الأطفال بالرموز البيئية خلال التنشئة الاجتماعية لهم , وتلعب باقي الوسائل دورها بعد ان أكتسب الطفل القيم والعادات والاهتمامات في المنزل أولا .حيث يعيش الطفل في البيئة التي يرسمها له التلفزيون , الذي ينافس المصادر الأخرى للمعلومات , مع خصائصه ووضعه في المنزل واستخدامه داخل الأسرة كلها عوامل تساعد في دعم انتقائه في التعرض والمشاهدة، وكذلك تدعم عملية الغرس لذا يجب اعتبارها احد المتغيرات قبل التعرض وبعده.

ثانيا : تشكل الرسائل التلفزيونية نظاما متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة يرتبط الغرس كعملية ثقافية بإطار متماسك من المعلومات ومعاني المفاهيم العامة التي تتمثل في استجابات إلى أسئلة معينة , أكثر من ارتباطه بحقائق أو معتقدات معزولة، فالتنوع في شكل البرامج أو أساليب تقديمها لا يتم التركيز عليه ففي تحليل الغرس، لان

التحليل يتم أساسا بالأفكار والصور العامة التي تقدمها البرامج ككل حيث يهتم التلفزيون ببناء الأفكار، ونماذج التفاعل الاجتماعي، وتقديم النماذج الاجتماعية ليعبر عن الثبات والاستقرار والتماسك في الحياة والعالم، وهذا هو أساس هدف عملية التحليل الثقافي وما ثبات وتماسك العالم الرمزي للتلفزيون، ألا تعبيراً عن ثبات وتماسك الهياكل التجارية والاجتماعية والسياسية التي تحكم صناعة هذه البرامج. وهكذا نرى ان تكرار التعرض الى هذه العوامل البنائية يميل الى غرس صور ذهنية ثابتة للمجتمع والذات تعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة. ولهذا نرى أن استمرار هذا التماسك مرهون باعتبار نظام الاتجاه السائد في الرسائل الإعلامية هو الوسيط في عملية الغرس.

ثالثاً : تحليل نظم الرسالة العامة للتلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس من خلال أسئلة المسح التي يجب ان تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتباره أفكاراً للغرس، لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة، مع التركيز على قياس المشاهدة. المشاهدة الكلية بدلا من الأسئلة الخاصة بالتفضيل التي قد تؤدي إلى نتائج مضللة وهنا مطلبان أساسيان في عملية التحليل: الأول : هو صياغة الأسئلة التي تكشف إجاباتها عن العالم الواقعي والحقيقي . والثاني : الأسئلة المقارنة التي تكشف عن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون في المجالات المختلفة والصور الرمزية التي يهدف الى غرسها في الازهان رابعاً: يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع.

تتأثر عملية الغرس بالرموز الشائعة في المجتمعات لمدى طويل على الرغم من مشاركة أو تفاعل وسائل أخرى بجانب الظروف الحياتية في هذه العملية، ولا نغفل الدور المستقل للتلفزيون في غرس الأطر المعرفية، لذا فإنه يتم التركيز في عملية التحليل على أهمية القياس الكلي للوظائف الرمزية للرسائل التلفزيونية لأغراض اختبار عملية الغرس من خلال (المقارنة بين الجماعات، والمقارنة مع الصور الرمزية الشائعة في التلفزيون (الاتجاه السائد

خامسا : تساعد المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية. فهي تزيد من الأسواق والثروة والقوة، والاختبارات التي تدعم في مجموعها في النهاية عملية الغرس وأهدافها.

سادسا: يركز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة وحيث أن الثقافة هي العملية الرمزية التي يتم من خلالها غرس المفاهيم والأنماط السلوكية الضرورية في عملية التنشئة الاجتماعية للإنسان فإن على التلفزيون أن يقوم بغرس هذه المفاهيم أو الأنماط السلوكية المتماسكة، ليكون الإسهام المستقل للتلفزيون في اتجاه تحقيق التجانس بين الأفراد والجماعات في هذه المجالات.

نقد النظرية والقضايا التي تثيرها
لعل من أبرز صور النقد التي يمكن أن توجه إلى تطبيقات تحليل الغرس وجود شك دائم فيما يمكن ان ينتهي اليه نظام العينات من نتائج والاتجاه إلى التعميم بعد ذلك من خلال هذه النتائج.

وكذلك ارتباط العلاقة السببية بين الاستخدام والمشاهدة وتفسيرات الرسائل التلفزيونية ، وما يترتب عليه من نتائج خاصة بتشكيل الأفكار والآراء، لأنه لم يثبت حتى الآن تعطيل العمليات النفسية الخاصة بالمعرفة الإدراكية وتأثير العوامل الوسيطة،كم انه ليس هناك دليل لتوضيح السبب الخاص بكثافة المشاهدة عند بعض الفئات او غيرها ، كما لا توجد إجابة قاطعة حول أسباب عدم اكتساب المعاني والأفكار والحقائق التلفزيونية رغم تشابه كثافة المشاهدة في داخل الفئة أو الجماعة الواحدة مثل الأطفال في مرحلة عمرية معينة، بالإضافة إلى عدم كفاية الأدلة الخاصة بالمحتوى ذاته وحدوث الغرس الناتج عن تراكم التعرض لهذا المحتوى.

وبالرغم من أننا نلمس انتشار لبعض الأفكار والحقائق بين الأطفال في مرحلة عمرية معينة ، ألا أننا نلمس أيضا تغييرا في هذه الأفكار بتطور المرحلة العمرية, مما يثير البحث في

مصادر التغيير فيها وتأثير التلفزيون في هذا المجال وكثيرة هي الآراء النقدية التي تثير



العديد من التساؤلات والقضايا المرتبطة بهذه النظرية وتطبيقاتها في الثقافات المختلفة، لقسم علم الاجتماع في جامعة أسيوط من قضايا تثير البحث في مجالات عديدة من هذه النظرية ، يمكن تلخيصها في الأسئلة التالية:

كيف تحدث عملية الغرس، وما هي العمليات النفسية وآليات المعرفة والإدراك التي تفسر كيفية استيعاب المحتوى التلفزيوني، في إطار مفاهيم عن الواقع الاجتماعي. ما هي الخصائص السكانية للجماعات ذات العلاقة بعملية الغرس، فالظروف عديدة ومختلفة يسود فيها الاتجاه السائد، فكثيقي المشاهدة لا يتبنون الاتجاه السائد ويميلون إلى التعبير عن وجهات نظرهم الخاصة والمعارضة، كما يمكن أن نرى صورة (للصدي أو الرنين كيف تتوسط العلاقات الأسرية والشخصية ؟) -السابق شرحها _ تفرزها عملية الغرس. فمشاهدة التلفزيون غالباً ما تتم في إطار العائلة ، فيؤثر ركل فرد فيها بالآخر وطبيعة التفاعل العائلي بعيداً عن مشاهدة السياق التلفزيوني يمكن أن يكون لها تأثير في اكتساب الحصانة ضد عملية الغرس، فنحن بحاجة إلى فهم ديناميكية التفاعل الشخصي في عملية الغرس.

ما هي مستويات الغرس ؟ فدراسة الفرق بين حقائق الحياة، وإدراك الأفراد عن الواقع الاجتماعي هو ما يمثل ناتج عملية الغرس، والتباين بين المعتقدات الشخصية، والمعتقدات على المستوى الجمعي.

ما هو دور الخبرة الشخصية في عملية الغرس ؟ فمن المعروف أن تأثير وسائل الإعلام يتزايد مع القضايا التي تقل ففيتها خبراتنا الشخصية، ومع أنها ليست حالة عامة، فكثير ما يكون هناك من يروا أن خبراتهم مطابقة لما يقدمه التلفزيون.

ما هي توجهات المشاهدين في عملية الغرس ؟ وما نغنيه بالظواهر مثل المشاهدة الايجابية - السلبية، المشاهدة الانتقائية، الاستخدامات، الاشباعات، التوحد مع التلفزيون، التفسير الواعي وإدراك الواقع.

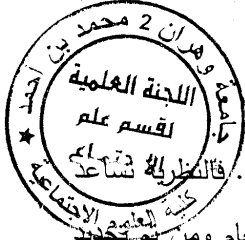
ما هو دور البرامج المتخصصة في عملية الغرس؟ وهذا ما يستتبع دراسة أنواع محددة من

البرامج بدلا من التركيز على المشاهدة الكلية ، لذلك نجد الكثير من البحوث تتجه إلى دراسة الغرس المتوقع أو الممكن الذي ينتج عن التعرض إلى برامج أو مسلسلات معينة وإن كان البعض يؤكد عدم إغفال المشاهدة الكلية كبناء نظري عام ومقياس تجريبي ما هي الوسائل الإعلامية الأخرى التي تقوم بعملية الغرس؟ وكيف تقوم بها؟ وهذا يمكن أن يصل بنا إلى نتائج خاصة بدرجات التفاعل بين وسائل الإعلام المختلفة.

بالإضافة إلى ما سبق فإن هناك قضايا أخرى مثل تأثير التكنولوجيا المتطورة في عملية الغرس، ومدى حدوث عملية الغرس في دول أخرى، خصوصا أنه ثبت أنها ليست عملية نمطية حتى داخل الولايات المتحدة الأمريكية نفسها بين مختلف الجماعات، وأن صورة المجتمع العنيف لم تظهر في بريطانيا أو كندا من خلال البحوث التي أجريت هناك، وهذا ما يؤكد أن عملية الغرس بصفة عامة لم تكتمل معالمها بعد، وكان قد تم اختبارها في مجالات العنف والجريمة داخل أمريكا. ولا يمكن تعميم نتائجها على كل الجماعات أو الثقافات، كما لم تحدد لها أطر نظرية أو منهجية خاصة أكثر مما يمكن أن نسوقه كفروض مستقاة من النظرة الكلية لدور المجتمعات، كما أن هناك الشك في العلاقة السببية بين متغير كثافة المشاهدة وحدوث الغرس، ما يتطلب التعمق في دراسة جوانب عديدة والتوسع في الإجابات على الأسئلة التي سبق ذكرها لاستكمال الإطار النظري والمنهجي لنظرية الغرس إذا كانت دراسات الغرس قد ركزت في البداية على انتشار الجريمة والعنف وعلاقتها ببرامج التلفزيون في أمريكا - فأن هناك مجالا آخر لا يقل عنه أهمية في المجتمعات الساعية إلى التقدم ، والذي يؤكد مرة أخرى العودة إلى مناقشة قضايا الثقافة الجماهيرية وتدني الذوق العام أو غرس المعاني أو الأفكار التي تسهم بطريق مباشر أو غير مباشر في تدعيم الوضع القائم وسيطرة أصحاب المصالح على توجيه الثقافة الجماهيرية بما يتفق مع دعم مصالحها، وخصوصا في مراحل التغيير الفكري أو العقائدي، بجانب اختبار فروض هذه النظرية في مجال انتشار الأفكار والمعاني الغريبة عن المجتمع، التي تنتشر عبر التكنولوجيا المتقدمة في وسائل الإعلام وتدعيم التغيير الثقافي لصالح ثقافات خارجية أخرى

والتي يمكن الكشف عنها في نماذج سلوكية عديدة يتصدرها السلوك اللفظي وبصفة خاصة في المراحل العمرية المبكرة.





المحاضرة الرابعة: التطورات المعاصرة لنظرية الرأي العام

إن النظرية ببساطة ليست وصفاً، ولكنها أداة تحليلية، مجموعة من المبادئ. ³³ فالنظرية تساعد على الأقل في تفسير الظاهرة، وهو ما ينطبق على دراسة ظاهرة الرأي العام ومن ثم تحديد ملامح وجوانب هذه النظرية (الرأي العام) التي ما زال الفكر السياسي يقف منها موقف المتردد، حيث أن هناك حقيقة لا بد من إدراكها وهي أنه ليس من السهل إنشاء نظرية شاملة بخصوص هذه الظاهرة، ولكن هذا لا يمنع من الدراسة البنائية للنظرية في جانبها المعرفي ثم الممارسة الواقعية، حيث نجد أن هناك ثلاث خصائص تميز نظرية الرأي في تطوراتها المعاصرة، فهي من جهة تجعل من نظرية البحث التجريبي الأساس لاستنتاجها ومن جهة ثانية تسعى لأن تكون نظرية عامة تربط بين مختلف الأجزاء، ومن جهة ثالثة تحاول أن تتناسب في العلاقة بين القانونين الداخلي والخارجي مكونة مجموعة معينة من الحقوق الفردية التي تعلق على المشروع الوصفي وتكاد تكون قسماً من الحد الأدنى للكرامة الإنسانية، وسنتناول هذه الجوانب بالتفصيل: ³³

I- الدراسة التجريبية لمتغيرات الظاهرة:

إن الجانب التجريبي في معرفة ظاهرة الرأي العام قد انعكس على خصائص النظرية من خلال متغيرات عدة أهمها:

أولاً: إن دراسة الظواهر النفسية والاجتماعية التي تتصل بعملية تكوين الرأي العام وتغييره والتأثير على اتجاهاته سواء كان في مستوى السلوك الفردي من حيث كونه سلوكاً سياسياً أو من حيث الخصائص الجماعية للأفراد، أي في إطار ما يسمى بـ (العقل الجمعي) استطاعت أن تعطي الباحثين من خلال المقارنة المنهجية أولاً والدقة العلمية ثانياً، تطورات واضحة عن طبيعة ظاهرة الرأي العام محلية كانت أم دولية، ولعل دراسة ظاهرة الرأي العام الدولي من

³³ حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004، ص ص 47-48.

خلال البحوث التجريبية في أكثر من مجتمع أعطت لخصائص النظرية الشيء الكثير من هذه التصورات، وبصورة فاقت دراسة الظاهرة في المجتمعات المحلية، وما قدمته لنا الحرب العالمية الثانية والفترة التي أعقبها من نتائج علمية بخصوص الظاهرة يعد الآن من الأدبيات التقليدية في مباحث نظرية الرأي العام.

ثانيا: لقد قادت الحرب الباردة بتقاليدها وخبرتها المعروفة، إضافة إلى ما تراكم من خبرة في التعامل النفسي خلال الحرب الكونية الثانية إلى جعل التعامل النفسي من خلال مستوى الحرب النفسية وأساليبها المتعددة مقدمة للتعامل السياسي الخارجي وفي مستوى الدعاية الداخلية، تمهيدا لهذا التعامل على الصعيد المحلي، وكان للأساليب النفسية التي امتلكت فلسفة واضحة الأبعاد، من حيث اختلافها ممثلة بمناهج التعامل النفسي المعروفة في الاتصال الدعائي الأثر الكبير في إثارة أكثر من تساؤل من جانب وإلى الدعوة إلى التكامل في هذا النجاح من جانب آخر، مما قدم خدمات كبرى للباحثين في ظاهرة الرأي العام، ووضعهم أمام النتائج التي تحتاج إلى التفسير وإلى تحديد ديناميات الظاهرة وتفاصيلها.³⁰

فمناهج التعامل النفسي المعروفة في الاتصال الدعائي، هي:

*فلسفة (بافلوف): من خلال نظريته المعروفة باسم (رد الفعل المقيد) التي سادت التقاليد السوفياتية، ومنطقها فكرة الإغراق بجميع أدوات الإعلام.

*فلسفة (فرويد): التي ترى في الإنسان مجموعة من العقد، وتأخذ بذلك منطقا مختلفا يركز على الانطلاق من البؤر الثابتة ثم توسيعها واستغلالها، لذا فأكثر الأفراد تعقيدا أفضلهم لنشر المفاهيم الإعلامية والدعائية، وقد سادت هذه الفلسفة التقاليد النازية.³¹

وهذا بدوره قاد إلى مجموعة أخرى من المتغيرات أتى في مقدمتها:

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 51-52.³⁰
- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 53.³¹

- أن ظاهرة الرأي العام لم تعد ظاهرة سياسية محلية، إنما أخذت تتصف بكونها ظاهرة إنسانية سياسية وأسهمت المقارنات المنهجية والمسالك العلمية في التجريب بين المجتمعات السياسية في وضع صورة علمية للسلوك السياسي للفرد مهما كان انتماءه القومي أو العرقي.

- إنه بالرغم من الاختلاف الكبير في النظرة إلى طبيعة الوظيفة الإعلامية تبعا للفلسفة السياسية التي تقف وراءها، إلا أن البحث التجريبي قد أظهر أن هناك قدرا مشتركا من التشابه بين هذه الفلسفات والنظم التي أقيمت على أساسها، وهذا بدوره أيضا قد قاد إلى وحدة التفسير ووحدة النتائج بحدود معينة على الرغم من التقاطع والاختلاف بين هذه النظم وتلك الفلسفات للإسهام في دفع تأصيل (نظرية الرأي العام) خطوات إلى الأمام.

- النتائج التي توصل إليها الباحثون بخصوص سيكولوجية الرأي العام كانت بذاتها حصيلة تجارب محلية ترتبط بمجتمعات معينة ونظم سياسية معينة، ولكن جمع هذه النتائج ومقارنتها أدى إلى تحديد المفاهيم والخصائص لسيكولوجية الرأي العام كظاهرة نفسية واجتماعية وسياسية في آن واحد.

2- السعي إلى ربط النظام الجزئي بالنظام الكلي للظاهرة:

إن الظواهر بصفة عامة إما أن تكون ظواهر جزئية أو كلية، ولكن حتى الظاهرة الجزئية تتكون من العديد من العناصر، وكل عنصر منها يمكن أن يوصف بأنه جزء من الكل، هذه الحقيقة قد تبدو غير واضحة في الظواهر الطبيعية، والتي قد تبدو أقل وضوحا في الظواهر الاجتماعية، تصبح واضحة وخطيرة في الظاهرة السياسية. فالظاهرة السياسية من حيث طبيعتها ظاهرة كلية، ولكنها من حيث مقوماتها هي مجموعة ضخمة من الظواهر الجزئية، ومن ثم فإن تحليل الظاهرة السياسية على المستوى الجزئي يعني تحليلا للمقومات الأساسية للظاهرة، أو المستترة والخفية التي يعبر عنها بظاهرة (الرأي العام) والتي أضحت قوة حقيقية

متحكمة في تطور الظاهرة السياسية،³² ولكي نفهم الأمر بصورة أفضل، فإن التطور الذي نعنيه بخصوص الظاهرة من خلال السعي إلى ربط النظام الجزئي بالنظام الكلي، يعني في جوهره نوعاً من التصور والتخيل، أي بعبارة أخرى أنه بالرغم من كون الانتقال من الخاص إلى العام لا يعني تعميم النتائج بقدر ما يعني صور حقيقة تتصف بالغموض، فإنه يقودنا في حقيقة الأمر إلى تحديد مقومات عملية الانتقال من الجزء إلى الكل والتي تفترض ظاهرة كلية من غير الممكن الإمساك بها تجريبياً (الظاهرة السياسية) وظاهرة جزئية محددة تقريبياً (الرأي العام) والعلاقة التي تربط بينهما على مستوى التحليل علاقة تبعية وانطواء بين الظاهرة الجزئية والظاهرة الكلية، علاقة كاملة وثابتة، بمعنى آخر أن ظاهرة الرأي العام هي أحد العناصر التي تنتمي إلى الظاهرة السياسية وتتضوي تحت رايتها، إلا أن أهم ما يميز الرأي العام هو كونه ظاهرة منقلبة وغير ثابتة وغير مستقرة، ودراستها تفرض صعوبات عديدة وتحليلها في حاجة إلى جهود متعددة وقدرة على البناء المتكامل للظاهرة من خلال ربط جزئياتها في وحدة هيكلية محكمة،³³ ومما يزيد الأمر صعوبة في سبيل التوصل إلى ذلك أن الرأي العام في مسألة التقلص، أي في أوقات الأزمات والأحداث الملتهبة لا يمكن أن يعكس الخصائص ذاتها أو المقومات في حالة الاسترخاء والهدوء بعيداً عن لحظات الاضطراب، بالإضافة إلى هذا كله فإن ظاهرة الرأي العام تتسم بكونها من حيث الطبيعة التركيبية تضم أكثر من جزئية، ومحاولة تحديد نظرية عامة للرأي العام تستوجب جمع هذه الجزئيات في نظام كلي يقوم على أساس وحدة الظاهرة في معناه الجزئي، والانتقال من ذلك نحو المعنى الكلي لها، وهذا ما عمد الباحثون إلى القيام به من خلال دراسة الجوانب الأساسية التي تتوزع على الظاهرة وهي:

1- ظاهرة السلوك السياسي: وما تعنيه من تحديد خصائص مظاهر التعبير عن العلاقة بين الفرد والسلطة الحاكمة من الناحية السلوكية، حيث أن السلوك السياسي بهذا المعنى يصبح

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 54-55.³²
- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 56.³³

أحد ملامح الشخصية الفردية من حيث علاقة المواطن بالسلطة، أو في هذا الجانب تغلب الدراسة من الناحية النفسية، فالسلوك السياسي ليس إلا صورة من صور السلوك الفردي لا تتغير مقوماته وإن تغيرت علامات الإعلان عن وجوده.

2- الفلسفة التي تقف وراء النظرية الإعلامية وانعكاسها على عملية التعامل مع أدوات الاتصال الجماهيري وكيفية قيامها بنقل الحقيقة الإخبارية ومدى حقوق الفرد وواجبات الجماعة بخصوص هذه العملية، وهنا يبرز الإطار القانوني في الدراسة بوضوح.

3- أما الجانب الأخير، فيتمثل بعملية تحليل القوى المعارضة وإرجاعها إلى أصولها الحقيقية وعلى مقوماتها الاجتماعية، ثم الضغط على تلك المقومات وصهرها تدريجياً حتى تفنى في الوجود المحيط بها وتمتنع عن أن تكون قوى للمقاومة، هذه العملية قد تسمح أيضاً بإجراء عملية تغيير اجتماعية، تعد بدورها لخلق أنماط جديدة من السلوك الاجتماعي،³⁴ الأمر الذي يؤدي إلى تغيير في الموقف السياسي سواء بخلق قوى للتأييد أو على الأقل بإلغاء قوى المقاومة، وهذه الدراسة بدورها يغلب عليها الطابع النفسي وبتحديد أدق التعامل النفسي بمستوياته المعروفة (دعاية، حرب نفسية) إذ أنها في النهاية ليست إلا تحليلاً للفئات التي تتراكم حولها القوى الشعورية واللاشعورية المعبرة عن المواقف السياسية الواضحة غير المبهمة، أي أن عملية ربط النظام الفرعي بالنظام الكلي تعني بصورة أدق عملية البحث عن العلاقات الفكرية والكشف عنها بأسلوب علمي من خلال عزل خصائص معينة والبحث عن مصادرها وعلاقاتها الارتباطية بغيرها من الظواهر والمتغيرات.³⁵

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 58-59.



3- الاهتمام الدولي (بحق الإعلام) و(حق الاتصال):

حتى عام 1948، لم يكن هناك أي نص دولي يعلن بصراحة ووضوح عن حماية مظاهر التعبير عن الرأي العام ولو في بعض جزئياته وعناصره الفرعية، وقد جاء الاعتراف (بحق المواطن في الرأي والتعبير) الذي يعني الحق في عدم إزعاج الفرد في آراءه وكذلك حقه في أن يسعى دون اعتبارات متعلقة بالحدود للحقائق الإخبارية والآراء بجميع وسائل التعبير عنها وأن يستقبلها وينشرها، في المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 أيلول 1948، وأكمل هذا النص بالمادة (29)، التي أصبحت من أكثر النصوص الدولية تداولاً بهذا الاتجاه في الكثير من الوثائق الدولية. وهذا التطور قد قاد ولأول مرة إلى الاعتراف بحرية التعبير للفرد كحق من حقوقه الإنسانية وما يعنيه هذا الحق من طرائق ووسائل التعبير عنه، ولكن التطور السريع الذي عرفه العالم منذ الحرب العالمية الثانية وحتى حالياً، قد جعل من العمل الإعلامي وفقاً لبعض الكيانات السياسية التي أخذت تسعى تحت شعار مبدأ حرية الصحافة إلى احتكار وسائل الإعلام الكبرى والهيمنة على نسبة مرتفعة من تداول المعلومات، وبذلك لم تعد تراعي حتى المبادئ التي يقوم عليها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وخاصة المادة المتعلقة بحق الإعلام، وهذا التطور أدى إلى ارتفاع نداءات تطالب بإمكانية إعطاء مفهوم جديد لحرية الصحافة ولحق الإعلام وتعويض الحق المشار إليه بحق الاتصال الذي يمكن الأفراد جميع الشعوب من الإسهام في العمل الإعلامي والتمتع بحرية التعبير بمفهومها الواسع،⁴⁰ وهكذا أبرز الانتقال من مفهوم (حق الإعلام) إلى (حق الاتصال) الذي برز لأول مرة (حق الاتصال) في عام 1969 وكان (جون دارسي) رئيس المعهد الدولي للاتصال أول من رسم بعض خطوطه الكبرى، عندما دعا إلى حق أوسع من نطاق الحق في الإعلام وهو الحق في الاتصال، حيث ينطوي هذا الحق على أمور أخرى من بينها: حق الإنسان في أن يسمع

⁴⁰ - حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 59-60.

"بفتح الياء" ما يقال له ويسمى "بضم الياء" ما يريد قوله أو إيصاله) وأن (يعلم بفتح الياء ويعلم بضم الياء)، فقد اعتبر هذا الحق من قبل العديد من المختصين حقا أساسيا من حقوق الإنسان، ومنه يتفرع عدد من الحقوق والحريات الأخرى، مثل الحق في الإعلام وحرية التعبير وحرية الرأي، وهو ما عجزت المادة (19) من الإعلان العالمي أن تفي به. أما فيما يتعلق بالمستوى الذي ينبغي أن يركز عليه حق الاتصال، فإنه يمثل المستويات الثلاث الآتية: الفرد، الجماعة والأمة، وعلى مستوى الفرد أي في اتجاه حقوق الإنسان وعلى مستوى الجماعة باعتبار أن الاتصالات تندرج في إطار اجتماعي وعلى مستوى الأمة أي في اتجاه العلاقات مع الأمم الأخرى،³⁶ عن طريق الاتصالات الدولية، ولذلك فإن المستويات الثلاث مرتبطة ارتباطا وثيقا مع بعضها البعض، ولكن لم يكن قد تم الاتفاق في المؤتمرات والمنظمات الدولية حول هذا المفهوم، إلا أنه قد سجل عدد من المساعي التي ترمي إلى وضع قواعد سلوك أخلاقي وموائق شرف في مجال الاتصالات الوطنية والإقليمية وذلك أمر جوهريين العديد من النزاعات التي تنشأ بين الأمم مرجعها إلى الاختلاف في المفاهيم حول الحدود التي ينبغي أن تفصل بين صلاحيات الحكومات والدول ومسؤوليات وسائل الإعلام.

كل هذه التطورات أدت إلى نتائج كان لها تأثيرها الكبير في دراسة ظاهرة الرأي العام والتأثيرات المختلفة التي تسهم في تشكيل هذا الرأي بمستوياته المتعددة من حيث:

1- ضبط مفهوم العمل الإعلامي دال المجتمع نفسه في إطاره المحلي، وبما يضمن في كل المناطق الجغرافية والمجموعات السكنية، عملية ممارسة الديمقراطية والمشاركة الفعالة للأفراد والجماعات.

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 61.36



2- ممارسة العمل الإعلامي على الصعيد الدولي لحل الخلافات والصراعات

الشعوب وتدعيم علاقات التفاهم والتقارب بينها.⁴²

⁴² - حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 62-63.

المحاضرة الخامسة: المفاهيم المشابهة للرأي العام

سنحاول من خلال هذه المحاضرة الحديث عن المفاهيم المشابهة للرأي العام، بما فيها مفهوم الاتجاه، السلوك، العاطفة، الحكم، فهناك فرق بين هذه المفاهيم رغم نقاط التقاطع الموجودة بينها، إلا أنه يبقى من الضروري استظهار هذا الاختلاف، من منطلق أن دراسات كثيرة تهمش هذا الأمر وتجدها مثلا تتحدث عن الاتجاه كما لو أنها تشير إلى الرأي العام وهو ما قد يقال عن السلوك والحكم. فعلى هذا الأساس سنحاول الوقوف عند هذه المفاهيم لأهميتها وحيويتها.

1-الاتجاه:

لقد ظل تعريف الاتجاه والبحث في طبيعته موضوع جدل واختلاف بين علماء النفس والاجتماع، ففي الوقت الذي أصبح فيه مصطلح (الاتجاه) من المفاهيم الأساسية المتعلقة بالفرد (الاتجاه الخاص)، فإنه في الوقت ذاته وعلى النطاق الجماعي (الاتجاه العام) كان كذلك، ولكنه أيضا أضحي نقطة للالتقاء بين الجانبين من خلال علم النفس الاجتماعي. أما أهم هذه التعريفات فهو تعريف (ردكيتش) للاتجاه على أنه تنظيم مكتسب، له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدونها الفرد نحو موضوع أو موقف ويهيئه للاستجابة، باستجابة تكون لها أفضلية عنده، فيما يعرفه (جوردن ألبرت) على أنه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تنظم أو تتكون خلال التجربة أو الخبرة والتي تسبب تأثيرا موجها أو ديناميا على استجابات الفرد لكل المواضيع والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه، فهو إذن حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي والذي تنتظم من خلاله خبرة الفرد وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذا الاتجاه التي قد تكون ايجابية أو سلبية، نوعية أو عامة.

ويتضمن الاتجاه مكونات عدة هي الجانب المعرفي والجانب الوجداني أو العاطفي ثم الجانب السلوكي. وهي مجتمعة تكون الاتجاهات النفسية لدى الأفراد. و من هنا، يتبين لنا بوضوح أن الاتجاه في حقيقته ما هو إلا موقف نفسي يتمثل بالاستجابة المكتسبة والانفعالية بعض الشيء لمنبه معين كموقف المرء من الحرب مثلاً، فهو تعبير عن نزعة الإنسان للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفاً وتتصف هذه الاستجابة بثبوتها النسبي إلى حد ما، وتشتمل على توقع تجربة ما والاستعداد لاستجابة معينة دوماً، سواء أكانت إيجابية أو سلبية، وبعبارة أخرى إنه عبارة عن واقعة ذاتية تنبع من الفرد.³⁷

وتتحدد صورتها طبقاً لطبيعته، ويكون إما (علنياً) واضحاً أو (كامناً) أي غير شعوري، حيث يتوفر لدى الشخص دون أن يعلم به أو يعي وجوده، ولكنه يشير في كل الأحوال إلى أن الشخص سوف يتصرف بطريقة معينة إذا واجه موقفاً محدداً أو ظرفاً معيناً.

لكن ينبغي الإشارة إلى متغير مهم، وهو العلاقة الداخلية الارتباطية بين الاتجاهات الفردية والقيم الاجتماعية، حيث تمتزج الاتجاهات بالقيم في كل فرد بوساطة عدد كبير من (التطلعات) التي يستطيع المحيط الاجتماعي وحده تلبيتها، ولهذه التطلعات أربعة نماذج عامة يأتي في مقدمتها: أهمية الرغبة في القوة التي تمر على الأخص عبر السلطة السياسية، والذي يعد من أكثر المتغيرات علاقة بظاهرة الرأي العام، وبشكل خاص في النظم الديمقراطية، حيث تصبح (تطلعات) المشاركة السياسية باختلاف درجتها وطبيعتها من أهم دوافع الأفراد ثم الجماعات في التعبير عن رأيها اتجاه أي حدث أو واقعة بخصوص الحياة السياسية داخلياً أو إقليمياً أو دولياً.

ومن هنا، فإن التمييز بين الاتجاه والرأي العام يتحدد بما يأتي:

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 97-98.

- أن الاتجاه ليس هو الرأي، فالاتجاه يوجد قبل أن يتشكل الرأي أو يتحدد اتجاه واقعة ما، لأنه سابق للواقعة في وجوده، والرأي يخضع لطبيعة الاتجاه بشكل من الأشكال، إن لم يكن تعبيراً عنه.

- يتميز الرأي بالوضوح والعينية، بينما يتصف الاتجاه بكونه كامناً ويحتاج إلى موقف معين وظروف معينة حتى يظهر إلى الوجود بصورته العينية، أما قبل ذلك فإنه يظل كامناً.

- يتسم كلا من الرأي والاتجاه بقابلية للتأثر بأدوات الاتصال الشخصي والجماعي، ولكن إذا كان من السهولة بمكان تغيير الرأي، فإن الاتجاه يحتاج إلى وقت أطول لتغييره، فالرأي يمكن أن يتبدل خلال أيام أو أسابيع، لكن الاتجاه يحتاج تغييره إلى وقت طويل من ذلك، وربما تكون سنوات عديدة،³⁸ لارتباطه بالعادات والتقاليد والموروث الحضاري، فالرأي الأوروبي الكاثوليكي مثلاً اتجاه قضية معينة لبلاد إسلامي قد يتغير تبعاً لتغير المواقف، لكن موقفه من الإسلام كاتجاه ليس من السهولة بمكان تغييره، ومن هنا يتضح أن الاتجاه يتحكم في طبيعة الرأي إلى حد كبير.

- تغلب على الاتجاه الذاتية أكثر من الموضوعية، لذا فخصائصه العاطفية تجعله متميزاً عن الرأي من حيث (القوة التنبؤية)، فهي تسمح بالتنبؤ باستجابة الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية، لكن ذلك يكاد يختفي بالنسبة للرأي.

- إن الاتجاه ليس وجهة نظر يكونها الفرد في محاولته للتأقلم مع البيئة المحيطة به، وهو ما يرتبط بطبيعة الرأي العام، وإنما هو عمل ليس إرادياً، لا يكونه الفرد وإنما يولد مع الذات ويتطور تبعاً لتطور الذات الفردية.³⁹

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 99-100.³⁸
- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 101.³⁹



2- السلوك:

إن السلوك بمفهومه الكلي، يعني الاستجابة الكلية بالحركة أو الغدد التي يقوم بها كائن حي، وتترتب هذه عضوي ما، لأي موقف يواجهه، أي شيء مهما كان، ويفعله كائن حي، وتترتب هذه الاستجابة التي تتسم بكونها واضحة للعيان عن تجربته السابقة وتكون عقلية وعضلية أو كلاهما معاً. أما في مفهومه الجزئي وهو ما يعيننا، فإن السلوك كظاهرة بشرية (السلوك البشري) فهو يعني مجموعة من التصرفات والتعبيرات الخارجية التي يسعى عن طريقها الفرد إلى تحقيق التأقلم والتوفيق بين مقومات وجوده الباطني ومقتضيات الإطار الاجتماعي الذي نعيش فيه.⁴⁶

فظاهرة الرأي العام بالرغم من كونها أحد تطبيقات السلوك الجماعي، فإنها لا تنفصل عن الإطار الفردي، فالسلوك الفردي هو مقدمة للسلوك الجماعي، حيث تتحرك الجماعة كحقيقة كلية أو جزء منها على الأقل بحيث تفنى في مقوماته الجزئية الفردية وهذا هو جوهر ظاهرة الرأي العام التي تعد صورة واضحة لذلك، وهذا ما يساعدنا على فهم العلاقة الارتباطية بين (الرأي) كظاهرة فردية والسلوك، فما الرأي إلا سلوك كلامي وبمجرد الإعلان عنه (الرأي) يصبح هذا الرأي واقعة، وبالتالي فهو ليس إلا سلوكاً في جوهره، كذلك فإن الجماعة التي يتكون منها الفرد كأحد جزئياتها لا بد أن تعكس بدرجة أو أخرى خصائص الصفة الغالبة لسلوك المواطن العادي في سلوكها الجماعي، وهذا ما يتجلى في علاقة السلوك الفردي السياسي باتجاهات الرأي العام كتعبير عن السلوك السياسي في مستواه الجماعي.⁴⁷

⁴⁶ حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، 103.
⁴⁷ حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، 107.

3-العاطفة:

تعرف العاطفة على أنها استعداد وجداني للشعور بتجربة وجدانية خاصة وللقيام بسلوك معين إزاء شيء أو شخص أو جماعة ما أو فكرة مجردة، ويتسم هذا الاستعداد بكونه استعدادا مكتسبا، لكنه لا يبتعد كثيرا عن الميول الفطرية، فالعاطفة تبدأ مع الميول تم تتأثر بالعوامل الاجتماعية وتقوى تحت تأثير التفكير والتأمل والتجارب الانفعالية المختلفة وهي كالغريزة ومن دوافع السلوك المهمة، وتتميز (العاطفة) عن (الاتجاه) بكونها شخصية وذاتية، فعاطفة الأم مثلا نحو أبنائها تختلف عن اتجاه الأم نحو عملها، بينما يكون (الاتجاه) أكثر عمومية وشمولا من (العاطفة) التي تقتصر على الجانب الشعوري الوجداني، في حين يشمل (الاتجاه) جوانب عقلية ومعرفية وإدراكية وسلوكية متعددة، ويختلف (الانفعال) عن العاطفة أيضا، من حيث أن الأول مجرد استجابة لموقف خاص، في حين أن (العاطفة) هي استعداد للقيام بنوع معين من الاستجابات وفقا للحالة الشعورية الراهنة ولطبيعة الموقف الخارجي، لذا فإن (العاطفة الإدراكية) تأتي مصحوبة في غالب الأحيان بعامل عقلي أو يتعلق من جانب الفرد بمثل أعلى، فالحب والخوف والغضب هي انفعالات، بينما حب الوطن وروح المودة هي عواطف وهذا ما يجعل (العاطفة) تختلف عن (الرأي) في أكثر من وجهة:

-تتصف العاطفة بكونها أحادية الجانب، أي أن الميول والاستعدادات هي التي تتحكم في تحديدها باتجاه أي موقف، بينما الرأي هو حصيلة جدل ونقاش وتبادل لوجهات النظر وقد تسهم العاطفة فيه إلى حد كبير،⁴⁰ ولكن العاطفة تعبر عن نفسها ومواقفها دون الحاجة لأي من ذلك، بالرغم من أن (العاطفة الجمعية) تقترب من الرأي من حيث المظهر الخارجي على الأقل، إلا أنها لا يمكن أن تكون رأيا عاما، فالموقف الذي يتخذه أعضاء جماعة معينة من كارثة طبيعية تصيبهم، بقدر ما يعبر عن مشاركة كلية في الحسرة والتعاطف إزاء هذه الكارثة، فإنه لن يكون رأيا وإنما مجرد (عاطفة جمعية)، لأن الرأي يتحدد وجوده بدلالة رأي

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 108-109.

آخر مخالف وربما عدة آراء، والمشاركة الكلية لا تعني بأي حال من الأحوال وجود رأي، لأنه لا يتحقق إلا من خلال وجود الآراء المخالفة.

-ما من (اتجاه عاطفي) إلا ويكون مصحوبا بتجربة انفعالية، وهذا ما لا يشترط في الرأي، إن لم يكن مناقضا له، حينما يكون رأيا واعيا ومستنيرا، فالرأي يتميز بارتباطه ب (الوعي) وقبل أن يتخذ الرأي شكله النهائي قد يثير بعض العواطف التي تحكم الفرد إزاء عمل الإرادة التي تصدر عن الآخرين، غير أن هذه العواطف لا يمكن أن يكون أساسها الرأي، وبعبارة أخرى إن الرأي يوجد عندما تطرح أمام الفرد أو أعضاء الجماعة قضايا معينة فتتجاوز في تأثيرها نطاق العواطف لتدخل نطاق الوعي.⁴¹

4-الحكم:

يعني الحكم كمفهوم فلسفة يعبر عنها في صورة جميلة تقريرية تقوم على حجج وقوانين وتعطي تأكيدا ما عن موضوعات معينة، وهي إما أن تكون صادقة أو كاذبة، لذا فالأفكار التي يمكن وصفها بالصدق أو الكذب بالأحكام، كما هو الحال مع الأسئلة والأوامر والطلبات. ويمكن تقسيم الأحكام فلسفيا إلى أحكام بسيطة وأخرى مركبة، الأولى هي تلك الأحكام التي لا يمكن في حدود نسق معين ردها إلى أحكام أخرى، أما الثانية فتتكون من أحكام بسيطة من خلال روابط منطقية عدة. ويعد التمييز بين (الحكم) و(الرأي) من أكثر الأمور تعقيدا بالنسبة للباحثين في ظاهرة الرأي، ولعل الأمر بالنسبة للمفهوم الشعبي لكليهما أكثر تعقيدا، لكن ما يتطلبه البحث الأكاديمي هو التفريق والتمييز الدقيق بينهما حتى وإن كان ذلك لأغراض أكاديمية بحتة، حيث نستطيع أن نميز بينهما بما يأتي:

-يعتمد الحكم على عدة معايير في إطلاقه، تتطلب الدقة في التقدير والتعمق في الواقع الموضوعي للحدث أو الموقف، بينما الرأي يتصف بكونه تعبيراً عن وجهة نظر قد تعتمد

- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 110.41

معيارا واحدا، وهو قابل للمناقشة والنقض السريع، بعكس الحكم الذي يتسم بثبات نسبي وقدرة على الاستمرار أكثر من الرأي.

-إن العنصر المهم بالنسبة للرأي يتمثل في الإعلان والإفصاح عنه وبيانه والعلنية شرط أساسي من شروطه، وحتى إن كان كامنا في لحظة ما، فلا بد له من الظهور في لحظة أخرى مناسبة، بينما الحكم لا يشترط ذلك، إذ بإمكان الفرد تكوين حكم معين حول موقف محدد دون الإفراج عنه.⁴²

وعليه، فقد حاولنا من خلال هذه المحاضرة الوقوف على المفاهيم المشابهة للرأي العام، التي ما تزال لحد الآن محل بحث من طرف أكاديميين ودارسين من مختلف التخصصات، خاصة وأن هناك من الأبحاث من توظف هذه المفاهيم التي سبق الحديث عنها وهي تعتقد أنها تحيل إلى الرأي العام من حيث أن التفريق بينها يكاد يكون صعبا للتشابه الكبير الموجود بينها.

- حميدة سمييم، نظرية الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 117-118.42

المحاضرة السادسة: تقسيمات الرأي العام وأنواعه

ينشأ الرأي العام من خلال تفاعل الأفراد فيما بينهم ونقاشاتهم المعمقة حول قضية من القضايا التي تشغلهم ومن تم سعيهم لاتخاذ القرار المناسب إزاء المشكل المطروح، حيث يقوم قادة الرأي باعتبارهم هم من يظهر في الواجهة ويمثلون جميع الأفراد بفتح باب النقاش أمام الجميع لتعريفهم بكامل تفاصيل وحيثيات الموضوع محل الاهتمام، وعلى هذا النحو سنسعى لاستظهار تقسيمات الرأي العام وأنواعه.

تصنيفات الرأي العام وأنواعه:

استنادا إلى دراسات مختلفة، يمكن تقسيم الرأي العام إلى:

1-الرأي العام حسب درجة التأثير والتأثر: وهنا يقسم الباحثون الرأي العام إلى ثلاثة أنواع

حسب درجة تأثيرها في المجتمع ومدى تأثر المجتمع بها وتأثير المجتمع فيه:

***الرأي العام القائد (المسيطر):** يتمثل هذا الرأي في رأي صفوة المجتمع ونخبته المتمثلة في

القادة والمفكرين والعلماء والساسة، حيث أن نسبة هذه الفئة جد ضئيلة في المجتمع، إذ يمتلكون قدرة كبيرة في التأثير على غيرهم باعتبارهم قادة رأي في المجتمع، ولما لهم من تأثير إقناعي كبير في الأفراد، ويرى الكثير من الباحثين أن هذه الفئة لا تتأثر بوسائل الإعلام، وإنما هم اللذين يؤثرون في وسائل الإعلام.⁴³

***الرأي العام المثقف:** ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم والثقافة، وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ولكنه يتأثر بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة حسب درجة الوعي والثقافة التي يتمتع بها.

- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 68. ⁴³

***الرأي العام المنساق (المنقاد):** هو رأي السواد الأعظم من الأفراد، فهم يكونون عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبلون ما ينشر وما يذاع دون تدقيق أو انتقاد له، ويكونون عرضة لحملة الدعاية، فمثلا: المجتمع الأمريكي بالرغم من التطور التكنولوجي والعلمي، إلا أن وسائل الإعلام تصنع الرأي العام الأمريكي اتجاه مختلف القضايا، خاصة المتعلقة بالشأن الخارجي.⁴⁴

2-تقسيم الرأي العام حسب طبيعته، ويتضمن:

***الرأي العام الكامن:** وهو غير ظاهر لأسباب سياسية أو اجتماعية، وقد يظهر في شكل نشاطات سرية، يمكن أن تتحول إلى ثورة عامة في حالات كثيرة.

***الرأي العام الظاهر:** تشترك فيه أجهزة الإعلام والمنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية في التعبير عنه ويمارس تأثيرا على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة.⁴⁵

3-الرأي العام حسب ثباته:

***الرأي العام الثابت:** هو الذي يرتكز على قاعدة ثقافية، تاريخية ودينية، ويتميز بالثبات حيث لا يتأثر بالأحداث الجارية إلا نادرا.

***الرأي العام المؤقت:** ويرتبط مشكلة طارئة أو حادث عرضي أو برامج ذات أهداف زمنية محددة ينتهي بانتهائها، وهو ما يظهر في الانتخابات من خلال عرض الأحزاب السياسية لبرامجها في خضم الحملة الانتخابية، لينتهي بمجرد نهاية الانتخابات.

- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 46.44

- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 43.45

4-الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية، ويتضمن:

*رأي عام سلبي: وهنا ينظر الباحثون إلى الرأي العام حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة، ويرتكز هذا التقسيم على افتراض وجود قطاع من الجمهور السلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسحاق وراءها، ويسمى هذا بالرأي العام السلبي، كالعزوف عن الانتخابات مثلاً.

*رأي عام إيجابي: وهذا النوع يمثله عادة المثقفون وقادة الرأي، اللذين يملكون خلفية فكرية، ويستطيعون فهم الأمور واستيعابها، فهم لا يتأثرون بوسائل الإعلام، بل يؤثرون فيها من خلال أفكارهم، ويسمى هذا النوع بالرأي العام الإيجابي.

4-حسب الانتشار الجغرافي:

هناك من يقسم الرأي العام حسب انتشاره الجغرافي والاجتماعي إلى:

*الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في منطقة جغرافية معينة في دولة ما أثناء فترة زمنية بالنسبة لقضية أو أكثر يحدثم النقاش والجدل حولها، وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية بشكل مباشر، والرأي العام المحلي هو غير الرأي العام الوطني، فما يميز المجتمع المحلي الخصائص الآتية: الانتماء للمجتمع المحلي، التجانس بين الأفراد والاكتفاء الذاتي، وكمثال عن ذلك الصراع الطائفي بين السنة والشيعة أو التوتر الحاصل بين بعض القبائل.

*الرأي العام الوطني: ويرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة وتستند إليه السلطة

القائمة، ويتميز الرأي العام الوطني بالخصائص الآتية: ⁴⁶

- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 43-44.46

-التجانس بين الأفراد لوجود خلفيات من التراث والتقاليد الراسخة، فضلا عن تكاتفه حول مفاهيم معينة، واضحة ومحددة.

- إمكانية التنبؤ به وردود فعله عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز و وحدات بحوث الرأي العام.

-معالجة المشاكل الوطنية على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعنيه بالدرجة الأولى، وبالتالي نادرا ما يكون مضمونه إحدى المشاكل الدولية إلا إذا كانت تمس المصالح العامة والوطنية، وكمثال على ذلك رفض الجزائر التدخل في شؤونها الداخلية أثناء العشرية السوداء وحل المشكل على المستوى الوطني.

*الرأي العام العالمي: وهو السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية ما يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب وقيمها، فهو لا يظهر بشكل دائم، تمثله النقابات والمنظمات التي تنشط في جميع المجالات: سياسية، اقتصادية، اجتماعية وإنسانية وحتى بيئية، المكونة بذلك للمجتمع المدني العالمي، ومثال ذلك، مناهضة العولمة وآثارها في جميع المجالات.⁴⁷

- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 45.47

المحاضرة السابعة: خصائص الرأي العام ووظائفه

إن للرأي العام جملة من الخصائص والوظائف التي تجعله مميزاً عن غيره من الظواهر، خاصة وأنه من المسائل المهمة اليوم في ظل الحركية الكبيرة التي يعرفها والقضايا التي يتبناها، فهو بإمكانه تنصيب حكومات وإسقاط أخرى للدور الكبير الذي يلعبه والأهمية التي يحظى بها وعلى أكثر من صعيد، فهو ينشط على أوسع نطاق ويعنى بكل المسائل على اختلاف معطياتها وطبيعتها ويسعى للتعبير عنها إلى حين إيجاد حلول لها.

1- خصائص الرأي العام:

1- الرأي العام هو رأي جماعي، لا يشترط أن يكون إجماعياً، ومعنى ذلك أن الرأي الجماعي هو رأي الجماعة، أي محصلة تفاعل آراء الجماعة من مؤيدين ومعارضين على السواء، ولا يشترط في الرأي العام أن يكون رأياً إجماعياً، أي أنه لا يشترط أن يتوفر الإجماع التام بين الأفراد، ذلك أن الإجماع العام يكون في أغلب الأحيان مبنياً على العرف والعادات والتقاليد، أما الرأي العام فأساسه الحوار والنقاش واحتكاك الأفكار وتفاعل الآراء، فالرأي العام كراي موحد للجماعة، أمر لا يمكن تصوره حتى أثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من أجل كيانها وحياتها، ويرجع ذلك إلى اختلاف الجماعات في الشعب الواحد وإلى وجود فروق واضحة بين أعضاء المجتمع الواحد.

2- الرأي العام يظهر حينما يقع حدث معين أو تثار قضية، ويتصل هذا الحدث باهتمامات ومصالح الأفراد.

3- الرأي العام يتكون ويتبلور من خلال التفاعل بين الآراء المتعارضة داخل الجماعة، وهذا يعني أن كل فرد من أفراد الجماعة قد يكون له رأي معين بالنسبة للقضية المطروحة، إلا أن الرأي العام ليس حاصل جمع هذه الآراء، ولكن يشترط ضرورة التفاعل والحوار والجدل والمناقشة بين هذه الآراء المختلفة، ومن خلال هذه المناقشات يتبلور الرأي العام.

4-الرأي العام لا يفرض على الأفراد، بل هو تعبير إرادي وهو رد فعل واستجابة لمثيرات معينة في المجال السلوكي للجماعة.

5-الرأي العام يتصف بالحركة والتغير من فترة زمنية إلى أخرى، بحكم الجديد الذي يطرأ على القضية.⁴⁸ 6-يمثل ظاهرة معنوية وقوة تأثيرية في المجتمع، وبشكل خاص في المجتمعات الديمقراطية.

7-للرأي العام دور وتأثير في عملية صنع القرار بعد معرفة حقائق الموضوعات والقضايا التي تحظى باهتمام عدد كبير من الأفراد.

8-يتأثر بالعديد من المتغيرات المرتبطة بالأفراد، كالمستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والتنشئة الاجتماعية.⁴⁹

2-وظائف الرأي العام:

1-التأثير في القرار السياسي، من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب، ما يعني أن القرارات الهامة في الدولة تنبني على الرأي العام.

2-التأثير في الانتخابات، فالانتخاب يسمح باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

3-التأثير في الحكم، من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة والحكام.

4-إنجاح خطط الدولة، حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة، كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه بتوجهاتها، لذا تسعى الدولة إلى دعوة الأفراد للمشاركة في وضع هذه الخطط وتنفيذها، إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في إيجاد رأي عام مساهم ومنتفاهم ومشارك معها.

- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 74-75.48

- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 76-77.49

5-تحديد ملامح السياسة الخارجية، من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة، حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لا بد أن تأخذ في الاعتبار رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله.⁵⁰

هذا من الجانب السياسي، أما اجتماعيا فالرأي العام يؤدي العديد من الوظائف أهمها:

1-وظيفة الرقابة الاجتماعية: تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع.

2-تطوير الحياة الاجتماعية: فتطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسة له والتي تظهر في قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها، كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات في مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها، ولذلك فالهيئات بمختلف أنواعها الرياضية والتعليمية والعلمية تحتاج لمساندة الرأي العام لها لتحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها وتوقفت عن العمل، بل لا تتجح من دون مساندته ودعمه.

3-التعبئة الاجتماعية: كإصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه، حيث أن إخفاءها يؤدي إلى الإضرار بالحكومة، إذ يؤثر في قدرتها على التعبئة الاجتماعية، لذلك فإن القضاء على الإشاعة يكون من خلال سياسة عرض الحقائق على الشعب، بما يوجد تأييدا ودعما كبيرين.⁵¹

- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 79-80.⁵⁰

- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 80-81.⁵¹

المحاضرة الثامنة: مراحل تكوين الرأي العام

يمر الرأي العام بمراحل مختلفة قد لا توصف بأنها تراكمية دائماً، ولكن في الغالب تبدأ بأفراد معدودين ثم يتبناه آخرون إلى أن يصبح رأياً يمكن اعتباره رأياً عاماً، وقد ينشأ الرأي من بدايته رأياً عاماً، لأنه يعكس اتجاهات أو معتقدات مشتركة بين كل أو معظم الأفراد اللذين تعنيهم القضية.

فالرأي العام حسب العالم "كنغ" يمر بمراحل، تبدأ باستياء بعض الأفراد في المستوى الشعبي، ثم يعم هذا الاستياء وينتشر، ثم تتبلور القضية بالمناقشة التي ربما تؤدي إلى مرحلة اتخاذ قرار فيه، أما "دافيسون" فيوافق "كنغ" أن العملية تبدأ بأفراد كراي من الآراء دون تحديد أنه استياء، ثم تتبنى جماعة أولية هذا الرأي، ثم تظهر لها قيادات متفرقة يتم الاتصال بينها لتناقش القضية ووجهات النظر المتعددة، ثم تظهر صياغات جديدة وقادة جدد وتحدث المقارنة بين الآراء المتعددة، ثم إذا انتهت القضية المحددة ينتهي الرأي العام بالنسبة لهان وتظهر قضية جديدة ويظهر رأي عام آخر، وهو رأي لا يختلف كثيراً عن رأي عدد من الباحثين. ولعل أفضل تصوير للمراحل التي تمر بها القضية المحددة ما أورده "برايس" في تشخيصه لطبيعة الرأي العام في بريطانيا أو الولايات المتحدة الأمريكية، ففي تشخيصه هذا يقسم نشأة القضية المحددة والمناقشات أو المحاورات التي تمر بها بالنسبة للفرد إلى عدد من المراحل من خلال المثال الذي يضربه عن أحد رجال الأعمال.⁵²

وتبدأ المرحلة الأولى برجل الأعمال يقرأ في الصحيفة بأن الأمير "بيسمارك" أعلن عن قرار يعمل على حماية الصناعة الألمانية، أو أنه تم ترشيح السيد "هنري جورج" رئيساً لبلدية نيويورك. فأتارت هذه الأخبار لديه شعوراً بالرضا أو عدم الرضا، ولم تكن الاستجابة صادرة عن تفكير عميق، بل كانت انطباعات سريعة تولدت في لحظتها، ثم يتصفح المقال الرئيس في الصحيفة ومعه شعوره وتوقعاته فيجد فيها ما يقويها أو يضعفها بحسب ما قد يكون

-سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مؤسسة الرسالة، ص ص 33-34.52

مكتوبا فيها من تعليق مؤيد أو غير مؤيد لما خطر في ذهنه. ثم يتحدث مع اثنين أو ثلاثة من ركاب القطار ويخرج من هذه الأحاديث العابرة بما يوافق أو يعارض تصوراته التي لا تزال انطباعات باهتة، ويلقي نظرة على الصحف الأخرى فيتأثر بما وجدته فيها من وجهات نظر ، ومع مرور الوقت يبدأ ذهنه في الاستقرار على وجهة نظر أكثر وضوحا، يؤيد أو يشجب القرار الذي أعلنه "بسمارك". وفي الوقت ذاته كانت أشياء مماثلة تدور في أذهان الآخرين، ولا سيما رجال الصحافة اللذين تنصب مهمتهم في الكشف عن ما يفكر فيه الأفراد.

أما المرحلة الثانية فتبدأ عندما تجمع صحف المساء ما تم طرحه من آراء في صحف الصباح فتصبح أكثر قدرة على التنبؤ بالنتائج. وكذلك عندما تحمل الصحف الرائدة -في الصباح التالي- مقالات أكثر وضوحا وأكثر تأييدا وأكثر قدرة على التنبؤ بالنتائج التي يولدها الخبر. وبالتالي فإن الآراء المهزوزة لدى الأفراد العاديين تبدأ في الاستقرار وتأخذ شكلا واضحا.⁵³

فيما تبدأ المرحلة الثالثة بالنقاش والجدل الذي يبدأ بين الأطراف المتعارضة، فالمؤيدون لقرار "بسمارك" من الأفراد والصحفيين يتجادلون مع اللذين لا يؤيدونه، ويحاول كل طرف منهما إقناع الآخر، بالإضافة إلى محاولة الطرفين إقناع المحايدين أو المترددين لاتخاذ موقف واضح لصالحه.

وتبدأ المرحلة الرابعة عندما يحين الوقت لاتخاذ خطوة عملية، مثل الإدلاء بصوته لصالح القرار أو ضده، ويلاحظ هنا أن الناخب عندما يتوجه إلى صناديق الاقتراع فإنه يذهب إليها في الغالب بصفته عضوا في حزب وعليه أن يتخلى عن أية شكوك أو تردد. ذلك لأن عملية إقناع الناخبين للتوجه إلى صناديق الاقتراع للإدلاء بأصواتهم تشبه عملية تمرير كابسة للصخور يتم استخدامها عند تعبيد الطريق حتى يتم تسويتها لتزول الحفر وتصبح سطحا

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص 34-35⁵³

مستويا، فالفرد إذا أدلى بصوته فإنه يصبح ملتزما بالرأي الذي أدلى به ويصبح من مصلحته الدفاع عنه. كما أن الآراء المتعددة تصبح رأيين فقط (مؤيد أو معارض).

فالآراء كثيرا ما تنتهي إلى ثلاثة أصناف: مؤيد ومعارض وممتنع عن التصويت. كما يلاحظ أن المعلومات التي تؤثر على رأي الفرد أو الرأي العام قد تكون أخبارا يتداولها الأفراد أو شائعات عادية فتحول الآراء من مؤيدة إلى معارضة.⁵⁴

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام - المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص ص 35- 36⁵⁴

المحاضرة التاسعة: الإعلام في علاقته بالرأي العام

سنسعى من خلال هذه المحاضرة إلى تبيان العلاقة الموجودة بين الإعلام والرأي العام، خاصة مع التطور الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري، التي أصبحت تلعب دورا كبيرا في مختلف مناحي الحياة، فالفرد اليوم أصبح يتابع الإعلام ويعول عليه بشكل كبير في تبني آراء أو مواقف ومن تم تشكيل رأي عام، وما خدم الإعلام أكثر هو اعتماده عنصر الصورة التي يثق فيها الكثيرون، ما يعني أننا سنحاول الوقوف عن دور الإعلام في تشكيل رأي عام، فهل هو من يشكله بمعزل عن مؤسسات وجهات أخرى أم أن هناك عوامل تدخل ضمن هذا السياق؟ وهنا اختلفت وجهات النظر فمن الباحثين من يرى أن الإعلام لا يمكن أن يؤثر وبشكل كبير في تشكيل رأي عام، بل له دور التعزيز، فيما يرى تيار آخر أن للإعلام دورا كبيرا في تلك المسألة يعول عليه الأفراد في كثير من القضايا.

من أوائل الدراسات التي اهتمت بدور الأخبار في تشكيل آراء واتجاهات المواطنين كانت الدراسات المستفيضة التي أجراها "بول لازارسفيلد" بولاية أوهايو أثناء الانتخابات الأمريكية في عام 1940 وفي إلмира بنيويورك أثناء الانتخابات الأمريكية عام 1948، ويجدر القول في البداية بأنه كانت هناك آمال عريضة بشأن تأثير الإعلام الإخباري على الرأي العام وخصوصا في قدرته على إحداث تغيير وتحول في الاتجاهات بين الناخبين، ولقد كان هناك اعتقاد وسط الشعب بأن تأثير الإعلام الإخباري على اتجاهات الأفراد كان مباشرا وأن الشعب كان هدفا مباشرا لرسائل الإعلام الجماهيري.

وعلى الرغم من عدم وجود إطار نظري يؤكد هذه العلاقة البسيطة، إلا أن الباحثين قد أطلقوا عليها "نموذج الإبرة تحت الجلد" الذي يتخذ الإعلام، وقد اختبرت دراسات "لازارسفيلد" إلى حد ما الفرضيات القائمة على هذا النموذج الخيالي، وذلك بمحاولة التعرف على مردود متابعة الراديو ومطالعة الصحف على أولويات الناخبين أثناء هذه الانتخابات الرئاسية، وعلى عكس ما كانوا يتوقعونه، وجدوا أن الاتصالات فيما بينهم تحدث المزيد من التأثير على

تغيير أولويات الناخبين (والتي تعني التحول من مرشح إلى آخر) أكثر مما يحدثه الاتصال الجماهيري وخلصوا في النهاية إلى أن دور الإعلام الإخباري هو دور لتعزيز وليس للتغيير، ولقد أعلن "لازارسفيد" أن الاتصالات السياسية حققت الهدف المهم في الحفاظ على القرارات السابقة بدلا من اتخاذ قرارات جديدة وجعلت زعماء الأحزاب في تواصل دائم من خلال طمأننتهم بشأن قراراتهم المتعلقة بالتصويت، كما كان لها تأثير في تعزيز القرار الأصلي بالتصويت.⁵⁵

فلا يمكن للإعلام أن يؤثر وبشكل كبير في الحياة الاجتماعية ويوجه سلوك المواطن، هذا الأخير الذي يمتلك درجة وعي واستيعاب لمعطيات المجتمع وبإمكانه الوصول إلى قرار يخدمه بعيدا عن الإعلام الذي ينتج العديد من الرسائل والبرامج، فمشاهدة برنامج تلفزيوني أو إذاعي يعالج قضية حساسة لا يمكن له توجيه المواطن والتحكم فيه بالشكل الذي يراه البعض، ما يعني أن الإعلام يملك تأثيرا لكنه ليس بالشكل القوي الذي يروج له، فللفرد أفكاره ومعتقداته وقناعاته وعلاقاته الاجتماعية التي لا يمكن للإعلام ممارسة ضغط عليها ومن تم تغييرها.⁵⁶

وفي هذا السياق تم توظيف مفهوم جديد هو (الوظيفة) الذي كانت له أهميته الكبيرة، من حيث أنه جاء ليتحدث عن الدور الفعال الذي يلعبه الرأي العام في صناعة الإعلام على عكس الرؤى التي كانت تعتقد أن الإعلام هو من يصنع رأيا عاما،⁵⁷ فالقضايا يصنعها الأفراد ويدافعون عنها والإعلام يتناقلها ويحاول في العديد من المرات إعطائها أكثر من حجمها ليؤثر في المجتمع ويجعله رهين ما يقدمه هو له، وهذه من المسائل المهمة لأن ما يعيننا هو بداية تشكل الحدث ومن صنعه وليس من استثمر فيه، وتأثير الإعلام يبقى نسبيا

47- ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام تأثير الإعلام على الحياة المدنية، تر محمد حسن صفوت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ص 115.

⁵⁶ -Jean Cazeneuve, la société de l'Ubiquité, Communication et diffusion, Denoël, Paris, 1972, p p 38-39.

⁵⁷-Jacques Durand, Les formes de la communication, Dunod, Paris, coll. communications, 1981, p 131.

لأنه بقدر ما هناك جماهير سلبية تستهلك كل ما يروج له الإعلام، هناك جماهير إيجابية تقوم بتحليل رسائل الإعلام ومضامينه.

لقد أدت تلك النتائج إلى نموذج "فيض الاتصال ذي المرحلتين"، ومن هذا المنظور يعتبر مردود الإعلام على الاتجاهات العامة للأفراد مردوداً غير مباشر، لأن هناك اعتقاداً بأن التعرض للإعلام يعمل على إحداث تغيير في أولويات "قادة الرأي" اللذين يعملون بدورهم على تعديل أولويات الأفراد وبشكل جزئي على نموذج "فيض الاتصال ذي المرحلتين".

يتناول "جوزيف كلاير" نموذج الاتصال ذو الآثار المحدودة، وهو منظور كان قد أحدث تغييرات هائلة في الرؤى البحثية في الستينات والسبعينات من القرن الماضي فيما يتعلق بآثار الإعلام، وعلى الرغم من الآثار الواسعة لنموذج "فيض الاتصال ذي المرحلتين" إلا أنه تعرض لنقد شديد على مر السنين نظراً لأن البحث التجريبي قام بتصنيف المواقف التي يكون فيها تأثير مباشر للإعلام على آراء واتجاهات الأفراد، بالإضافة إلى ذلك هناك العديد من السيناريوهات التي يتخذ فيها التأثير خطوات متعددة، ويمكن النظر إلى نتائج دراسات "إيري كونتي" و"الميرا" على أنها أدلة على قدرة الإعلام الإخباري في إقناع الأفراد، فعلى سبيل المثال، من المهم أن نعلم أن التغيير في الرأي ما هو إلا شكل من أشكال الإقناع الذي يمكن إرجاعه إلى التعرض للإعلام الإخباري والاهتمام به، ففي الحقيقة يمكن أن يكون التأثير على تكوين الرأي وكذلك التعزيز عميقاً، لأن هذه العمليات قد تكون حاسمة في الانتخابات وأثناء الحوارات العامة الجدلية بشأن قضايا معينة. ومع التسليم بالاختلاف بين الاتجاه المحافظ والاتجاه الليبرالي في السياسة الأمريكية المعاصرة، فإن هذه التأثيرات لها مدلولات واسعة بالنسبة للحكم والديمقراطية.⁵⁸

وبالعودة إلى نظرية الرصاصة السحرية لصاحبها "هارولد لاسويل" نجد أنه يتحدث عن تأثير وسائل الإعلام ودورها في تكوين رأي عام من خلال عدة فرضيات أبرزها:

- ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 116-117.58

1- أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى أفراد المجتمع اللذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

2- أن هذه الوسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد وتقودهم إلى الاستجابة بشكل مماثل.

3- إن تأثيرات وسائل الاتصال قوية ومتماثلة ومباشرة ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي، مثل: التقاليد والعادات المشتركة.

4- إن أفراد المجتمع سلبيون في تعرضهم لوسائل الإعلام وفي تعاملهم مع المضمون ولهم الاستعداد لتقبل الأفكار والمعاني بمجرد وصولها إليهم.

5- إن وسائل الاتصال هي عبارة عن مثيرات تحرك أفراد المجتمع وهم على استعداد للاستجابة لها.

أما نظرية التأثير الفعال لوسائل الإعلام فتفترض أن وسائل الإعلام هي قوة كبيرة في إحداث التأثير عند استخدامها بطرق منظمة ومحكمة، وتقوم فرضيات هذه النظرية على أن لوسائل الإعلام قوة كبيرة في إحداث التأثير على الأفراد بوجود عوامل وسيطة أو بدونها، مثل (الجماعات المرجعية)، واستنادا إلى هذه النظرية، فإن هذه الوسائل إذا ما حسن استثمارها فإن لها فاعلية وتأثيرا كبيرا على الأفراد، وتعرض هذه النظرية جانبا تطبيقيا يتمثل في تأثير الفضائيات الوافدة على المجتمعات التي لم يسبق لها أن تعرضت لمثل هذه التقنيات، ومنها المجتمع العربي الذي يشهد تطورا متسارعا في مجالات عدة، حيث يتم من خلال هذه الفضائيات التحفيز على أنماط من السلوك ونوع من العمليات العقلية المعرفية التي توجه اتجاهات الأفراد وفقا لأهداف محددة وغايات مقصودة تعتمدها هذه الوسائل.

وعلى ضوء هاتين النظريتين، فقد دأب العلماء الفرنسيون المختصون في هذا المجال على استخدام مفهوم (التسميم السياسي) الذي يشير إلى عملية زرع قيم جديدة ثم دفعها تدريجيا

في السلم التصاعدي لنظام القيم الفردي والجماعي، بحيث ترتفع إلى أعلاه ومن تم تفرض على القيم المطلقة أو العليا النزول إلى مراتب أقل أهمية، وهذه العملية تشير بوضوح إلى عملية التأثير عقليا ونفسيا على الأفراد عن طريق التلاعب بعنصر التكوين المعنوي لديه، وهناك عنصران يشكلان آليات هذا النوع من عمليات التلاعب بالرأي هما:

1- عنصر التضليل: الذي يقوم على التوظيف السيئ للقيم السياسية والدينية.

2- عنصر الترويض: الذي يجعل تلك القيم متجانسة ومتسقة مع النظم السائدة، بصرف النظر عن طبيعتها الواقعية.⁵⁹

وعليه، فإن هناك عدة أساليب وتكتيكات تعتمد على وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام وتوجيهه والتلاعب به، يمكن إجمالها على النحو التالي:

1- استدرج الرأي العام: تحت غطاء من الشعارات البراقة مثل: حقوق الإنسان والعالم الحر والديمقراطية وحقوق الأقليات، فتقوم وسائل الإعلام باستدرج الرأي العام لاتخاذ مواقف سياسية قد تكون مخالفة أو متناقضة لما كان قد يعتقده سابقا في ظل هذه المفاهيم والشعارات.

2- إطلاق التسميات والنعوت: يبدأ هذا الأسلوب بتجديد ماهية الأنماط الجامدة أو غير المفضلة لدى الأفراد اتجاه قضايا بعينها، ثم يتم إلحاق نشاط أو شخص أو بلد ما برمز مشحون عاطفيا ليتفاعل الأفراد مع هذه التسمية لارتباطها بهذه الأنماط المفتعلة، مثل ربط زعماء ورؤساء دول بهتلر.

3- التوحد مع الأفراد المستهدفين: يسعى الخطاب الإعلامي قدر الإمكان للتوحد مع قيم وأساليب المجتمع المستهدف ومعطياته من خلال استخدام نفس مفردات الخطاب والتعبير والأمثال المحلية، ومن ذلك استخدام اللهجات المحلية أو الأمثال والحكاية الشعبية.

59 - سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 487-488.

4- استخدام تعبير معين: باعتباره مفتاحا لمعاني مقصودة لدى صانعي الخطاب الإعلامي، وقد تكون هذه الكلمات أو العبارات غير مهمة في حينها، إلا أنها على المدى البعيد تصبح أساسية، مثل تصوير الصراع الدائر في بعض المجتمعات العربية أنه صراع طائفي أكثر من كونه راعا سياسيا كما تفعل بعض القنوات العربية.

5- ما لم يقل أو المسكوت عنه: وهذه المسألة هي الأكثر خطورة وأهمية في محاور الرسالة الاتصالية، وغالبا ما يكشف تحليل المضمون عن الأهداف والفعاليات الظاهرة والكامنة في الخطاب الإعلامي، الذي ما يكون غالبا يتضمن إشارات ضمنية محددة.⁶⁰

6- اعتماد التعابير والرموز: كالصور والعبارات الحماسية والشعارات عندما يكون لها مضمون خاص يوحي بدلالات ضمن السياق الاعتيادي للخطاب الإعلامي الموجه لأطراف بعينها تجد في هذه التعابير والرموز إشباعا لحاجاتها.

7- الترابط مع التجارب المحلية للأفراد: إن صياغة الخطاب الإعلامي بالتوافق مع الاحتياجات النفسية للهدف ومعرفة دائرة اهتماماته، يمنح هذا الخطاب استجابات لصالح المرسل، ومن ذلك تقديم أحداث معينة على أنها تنتقل مباشرة من توقع الحدث، وكمثال على ذلك ما يسمى بالثورات العربية.

8- الإسقاط، وهو نوعان:

أ- إسقاط شخصي: المقصود به توجيه النقد وإطلاق الاتهام دون تحديد الأسماء صراحة، ولكن الأفراد يستطيعون بسهولة فهم المقصود بها.

ب- إسقاط موضوعي: من خلال توجيه نقد لبرنامج حزب أو مرشح منافس، دون تحديد الاسم صراحة باستخدام أوصاف، مثل الدولة المعادية، حزب الأقلية والأقلية العرقية وهكذا.

- سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 490-491..⁶⁰

9-الإشعاع أو مركز الدائرة: قد تبدأ محاولة تغيير اتجاه الرأي العام نحو قضية ما بفكرة واحدة بسيطة مثل القضاء على الغلاء أو البطالة وتنتهي بعدة أفكار قد تصل إلى إسقاط النظام السياسي القائم، كما هو الحال في العديد من الدول العربية التي عرفت أحداث توتر ومشاكل.

10-التبرير: ويتم عن طريق إشاعة سبل من المبررات القوية، حيث يمكن استغلال الأفراد من طرف وسائل الإعلام بدلا من إعطائها الأسباب الحقيقية التي تقف وراء إجراء ما تتخذه الحكومة أو النظام السياسي لتبرير ما قامت به وحشد الرأي العام حولها.

11-التجريد من السياق: من خلال اعتماد مصطلحات وعبارات لها دلالات معينة في حد ذاتها، ولكن بعيدة عن استخدامها ضمن سياقها الطبيعي قصد تحقيق أغراض تتعارض مع المعاني الأصلية لتلك الكلمات كدعم الديمقراطية مثلا في بلد بقوانين قاسية ومقيدة للحريات.

12-إطلاق الشائعات: تجد الشائعات وهي الأخبار الكاذبة التي تصاغ بشكل يوحي بنوع من المصادقية مناخا ملائما في أوقات الأزمات والتوترات السياسية والاجتماعية وتحت غطاء مصادر مطلعة أو موثوقة أو تقارير سرية يجري تصوير أن هذه المعلومات تم تسريبها لوسائل الإعلام للتلاعب بالرأي العام.

13-التورط بالأفعال: من خلال التعبئة النفسية التي تقوم بها وسائل الإعلام للأفراد اتجاه قضية معينة، فقد يجد البعض من الأفراد أنفسهم تبنا اتجاهها سياسيا معيناً أو انخرطوا في تنظيم أو هيئة ما، ليتحول هذا الموقف لاحقا إلى نوع من التوريط، قد يجعل بعض الأفراد يتخذون موقفا ليسوا مقتنعين به بشكل كبير، ويمكن الاستدلال في ذلك بما حدث دوما في العديد من المجتمعات العربية التي عرفت مشاكل سياسية وتوترا خطيرا.⁶¹

- سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 491-492..⁶¹

ومنه، فالنظريات التي كنا قد أشرنا إليها تعتبر إسهاما علميا له قيمته، فمنها من يتحدث عن التأثير القوي للإعلام على الأفراد ومنها من يتحدث عن تأثيره المحدود، ومن الباحثين من يرى أن الإعلام لا يمكن له أن يؤدي دورا كبيرا في تشكيل رأي عام لوجود مؤسسات اجتماعية وسياسية تتدخل في المسألة، إلا أن هناك معطى سوسيولوجيا ينبغي الإشارة إليه، وهو أنه حتى وإن لم تكن وسائل الإعلام تمارس رقابة اجتماعية، إلا أنها تعتبر أداة مهمة عملت على إيضاح الكثير من الأمور المتعلقة بممارسة السلطة وتحليل مختلف الأحداث والوقائع التي تهم المجتمع.⁶²

⁶²-Danielle charron, une introduction a la communication, les presses de l'université du Québec, Montréal, 1991, p 44.

المحاضرة العاشرة: الدعاية السياسية والرأي العام

سنحاول من خلال هذه المحاضرة الحديث عن الدور الذي تلعبه الدعاية السياسية في تشكيل رأي عام، ودورها الفاعل في التأثير على الأفراد وتوجيههم نحو القضايا التي يسعى قادة الدعاية إلى ترويجها، فقد تطورت الدعاية السياسية وبشكل كبير في القرن العشرين جراء التنوع والتعدد الإعلامي الذي خدمها كثيرا وسهل عليها مهمة التأثير في المجتمع.

1-نشأة وتطور الدعاية السياسية:

تعتبر الدعاية بكافة أشكالها ومضامينها -وخاصة الدعاية السياسية- من أهم النشاطات الإعلامية التي ميزت الدول الحديثة. وإذا كانت الدعاية كفن من فنون الترويج لفكرة أو رأي أو موقف ما، قديمة قدم المجتمعات السياسية ذاتها، إلا أنها لم تكن متطورة ومعقدة بالشكل الموجود في العصور الحديثة، خاصة مع انتشار وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التقدم الحاصل في ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية، وما يوفره هذا الأمر من إمكانيات للدعاية وأساليبها.

فالدعاية قديمة قدم الإنسان نفسه، وقد مارسها وتفنن في أساليبها، فقد عرف الفراعنة الدعاية والإعلام من خلال تدوينهم أهم الأحداث الحاصلة في عصرهم وخاصة أخبار الحروب على جدران المعابد وعلى أوراق البردي، كما أقاموا الأهرامات ليدونوا عليها إنجازاتهم ويذكروهم التاريخ على الدوام.

كما كان للإغريق القدماء رجال دعاية نذكر منهم: "تيرودوس" الذي ألهمت أشعاره السياسية والوطنية والحربية حماس أهالي إسبرطة، فصدموا ببطولة أمام خصومهم في مينيسيا، وهناك أيضا "هيرودتس" المؤرخ الذي يمكن اعتباره أول شخص كتب ما يمكن أن نسميه بالتاريخ الوطني.

بدورهم، الرومان عرفوا هذا النوع من الدعاية من خلال إقامة المواكب واحتفالات الاستقبال الرسمية لتكريم القادة المنتصرين ومعهم الغنائم، وكانت تقام من أجل التأثير في المواطن العادي وإبهاره بعظمة الدولة، كما أن عبادة الإمبراطور كانت نتيجة خطة دعائية متعمدة افتتحها "أغسطس" بنفسه كوسيلة لحصر ولاء القبائل الخاضعة للحاكم الروماني.

وقد ساهم "أفلاطون" مساهمة فعالة في مجال الدعاية، حيث دعا في جمهوريته عن الدولة المثالية إلى تعليمات مفصلة عما يجب وما لا يجب أن لا يقال للسكان، أما "أرسطو" فهو يقدم لنا في كتابه (البلاغة) أول نص كتابي عن نوع من أنواع الدعاية، أي دعاية الإقناع عن طريق الحديث والخطابة.

ويرجح علماء اللغة في الدراسات اللاتينية أن (البابا جريجوري) هو أول من استخدم مفهوم الدعاية عندما أسس (جمعية الدعاية المقدسة) عام 1622 للقيام بالتبشير فيما وراء البحار، وهذا المفهوم لا يختلف كثيرا عن المفهوم الذي استحدثه (المعز لدين الله الفاطمي) في مصر (969-975) م وسبق به (البابا جريجوري) بأكثر من ستمائة سنة.⁶³

وعندما قامت الثورة الفرنسية عمد الثوار إلى استخدام الدعاية السياسية الخارجية المنظمة والشاملة، فأنشأت ما يسمى بـ: (المكتب المعنوي) الذي هو عبارة عن وزارة للدعاية وجعلت من ممثلي الشعب أدواتها في التأثير على الرأي العام بخصوص تفسير القرارات التي تتخذها.

فالدعاية بمعناها السياسي الحديث وبوسائلها الحديثة عرفت في بداية القرن العشرين ويمكن أن نحدد على وجه التقريب المدة الزمنية التي بدأت كلمة الدعاية تلتبس فيها وبشكل حاد الظلال السوداء التي تكتنفها، فإننا نرجع في التاريخ القريب إلى الحرب العالمية الأولى (1914-1918) التي اتسمت بطابع شامل واستعملت الأساليب النفسية على أوسع نطاق في شتى مجالات الحياة بقصد التأثير في عقول الناس وتشكيل مواقفهم على نحو يتفق في

55--محمد إبراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد 03، 2012، ص ص 15-16.

كل حال مع ما يصبوا إليه من يقف وراءها، إذ لم يكن للدعاية السياسية أي تأثير فعال وحيوي في حياة الأمم قبل الحرب العالمية الأولى.

لقد مرت الدعاية بدور هام أثناء الحرب العالمية الثانية، فإذا كان هتلر لم يبتدع الدعاية، إلا أنه غير من شكلها، فالعدد الكبير من التكتيكات والطرق التي استحدثتها النازية في ميدان الدعاية ما زالت بصرف النظر عن هذا الجو المحموم الهذيان والكرهية الذي ازدهرت فيه، موضع اهتمام ودراسة، وهي تشكل بحد ذاتها مدرسة من مدارس الدعاية السياسية.

وعليه، فالحرب يمكن كسبها بالهجوم على عقل الأفراد المعادية قبل البدء بالمعركة ضدها وجها لوجهن وبالتالي فالدعاية توجه تحديدا إلى الأفراد وكلما اتسع حجمها اتسعت دائرة الرأي العام المتأثر بمضمونها.

فالدعاية على ها النحو، نشاط إعلامي تقوم به الدولة أو أية هيئة أو منظمة اجتماعية أو سياسية بهدف التحكم في عقول الناس ومشاعرهم وحملهم على دعم سياسة الجهة التي تقوم بالعمل الدعائي، ومن ثم تأييدها والاستجابة لما تطرحه من أفكار ومواقف وما تتطلبه من تغيير لأنماط السلوك أو تثبيتها.

كما أنها صيغة من صيغ التوجيه النفسي، يترتب عليها اتخاذ موقف أو إبداء رأي ما، كان يمكن الوصول إليه بدونها.

فهي فن يسعى إلى تكتيل القوى العاطفية والمصالح الفردية في اتجاه واحد وأن يؤدي إلى الاقتناع بفكرة أو مبدأ ما، كان يصل إليه الفرد لو ترك لمنطقة الذات يتطور بتلقائية دون ضغط أو توجيه.

ما يعني أنه ليس هناك اتفاق على تعريف موحد للدعاية، إلا أن جميعهم اتفقوا أن الهدف النهائي لها هو التأثير في الرأي العام والسلوك الاجتماعي للأفراد، باستعمال رموز معينة عبر وسائل الإعلام أو بواسطة الاتصال الشخصي.

تستخدم الدعاية السياسية كل الأدوات المتاحة وتتوغل في جميع مظاهر الحياة وتغزو كل مظاهر الفكر، وتتسج حول الأفراد والشعوب شباكا من الضغط النفسي والاجتماعي بأشكالها المختلفة.⁶⁴

2- تأثير الدعاية في الرأي العام:

تختلف الآراء حول دور الاتصال الجماهيري أو ما يسمى عادة بالإعلام والدعاية وأثره في التحول الاجتماعي والسياسي، فهناك رأي يذهب مع ما كان يدعيه (هتلر) من أن الدعاية تحرك الجبال وتحول الأبيض إلى أسود والأسود إلى أبيض، ويرى أصحاب هذا الرأي أيضا أن (لينين) استطاع أن يقيم النظام الشيوعي بفضل الدعاية، كما يرجع الفضل إليها أيضا في انتصارات (هتلر) منذ استولى على السلطة حتى غزو أوروبا عام 1940، وقد قالها (لينين) صراحة: (إن الأمر الرئيس هو التهييج والدعاية في كل طبقات الشعب) وقال هتلر: (لقد أتاحت لنا الدعاية أن نحفظ بالقوة وسوف تمنحنا الوسيلة لغزو العالم).

لقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري من أفضل الأدوات وأكثرها خطورة وأهمية في ربط الصلة بين الحاكم والمحكوم، وقد استطاعت هذه الوسائل أن تقوم بتغليف الواقع الموضوعي بنوع من الواقع البديل، وهنا تكمن خطورة استئثار الأساطير الدعائية في إثارة الأفراد وأساطير الشيوعية والنازية تمثل نماذج واضحة عن ذلك، إنها تقود ما هو حسي عقلائي إلى ما هو غير منظور لا شعوري، وبذلك تغلب التأثيرات العاطفية على الحس العقلائي للأفراد من خلال ممارسة هذه الوسائل على المدركات الحسية.

فوسائل الاتصال الجماهيري أصبحت إحدى الوسائل السلطوية في ممارسة الضبط الاجتماعي وفي ترسيخ إيديولوجية وقيم السلطة الحاكمة المسيطرة على هذه الأدوات،

--محمد إبراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 17-18. 64

بالإضافة إلى اتساع حجم المشاركة في الممارسة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فحسب العالم (ماكلوهان) فالعالم أصبح قرية صغيرة، بما يوضح اتساع حجم هذه المشاركة.

فقد أظهرت التجارب، أن التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من التعرض لوسيلة إعلامية واحدة من حيث التأثير، بالرغم من عدم استطاعتنا تعميم نتائج الدراسات العملية على ظروف الحياة الواقعية، لكن بشكل عام فإن الجمع بين أكثر من وسيلة إعلامية من الخصائص التي تميز الحملات الدعائية الناجحة، فقد عمد النازيون مثلاً إلى تكملة حملاتهم الدعائية في وسائل الإعلام بالمناقشات داخل الجماعات الصغيرة، واستخدمت الحكومات الشيوعية أيضاً نفس الأسلوب بفاعلية كبيرة.

ومع ذلك، فإن هناك حدوداً لا يستطيع صاحب الدعاية أن يتجاوزها مهما كانت قدرته ومهما كانت سلطته في الرقابة على الأخبار والمعلومات، فالفرد ليس سهل المنال يتلاعب به صاحب الدعاية كيفما شاء، فالفرد يمتلك قدرة على انتقاء ما يتعرض له من مواد إعلامية، كما أن هذا الانتقاء يمتد إلى قوى الإدراك والتذكير أيضاً، يضاف إلى ذلك مجموعة القيم والمبادئ التي يتمسك بها الفرد ويتأثر بها من خلال الجماعات الأولية التي يعيش فيها، وإذا انتهز صاحب الدعاية فرصة قلة المعلومات أو انعدامها وأخذ يشوه الحقائق فإن الرأي العام قد يتأثر إلى حين، لكنه سرعان ما ينقلب إلى النقيض عندما تتضح الحقائق بشكل صحيح.⁶⁵

- محمد إبراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 24.65

إن تأثير الدعاية يكمن في دعم الاتجاهات القائمة وتعزيز الآراء والمعتقدات السائدة، أما خلق الآراء والاتجاهات المتعارضة فإنه أمر صعب، كما أن الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والأحداث والمواقف الهامة أقوى تأثيراً من الدعاية.

كما تعتبر الاتجاهات النفسية التي تتكون في الجماعات الأولية كالأُسرة مثلاً، اتجاهات جذرية متأصلة، تشكل ما يسمى بنواة الشخصية أو جوهرها، أما الاتجاهات التي تتكون في الجماعات الثانوية كالأحزاب السياسية والأندية والنقابات وغيرها فتشكل ما يسمى بالاتجاهات السطحية أو الهامشية والاتجاهات الجذرية التي تكمن في نواة الشخصية يصعب تغييرها مهما كانت براعة الإعلامي أو صاحب الدعاية، أما الاتجاهات السطحية أو الهامشية، فهي الأمل الذي يرجوه الإعلامي ويسعى جاهداً للتأثير فيها.

وعليه، ففعالية الدعاية السياسية تتلخص في نقاط أساسية، هي:

- لا تكون الدعاية السياسية فعالة إذا لم ترتكز على الآليات النفسية التي تتعلق بالرأي العام وأيضاً القوى السياسية والاقتصادية.

- بقدر ما يتوصل حزب معين إلى احتكار وسائل الاتصال تكتسب الدعاية السياسية فعالية كبيرة.⁶⁶

- محمد إبراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص ص 25-26.66

المحاضرة الحادية عشر: الرأي العام والمؤسسات الاجتماعية والسياسية

من خلال هذه المحاضرة سنحاول الوقوف عن العلاقة الموجودة بين الرأي العام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية، مع محاولة استعراض المعطيات المرتبطة بهذه المسألة المهمة، خاصة مع الأدوار الكبيرة التي لعبتها غالبية هذه المؤسسات في وقت سابق، فقد كان يعول عليها وبشكل كبير في حل العديد من الصراعات والنزاعات، لكن مع الضغط الكبير الممارس اليوم من طرف وسائل الإعلام أصبحت هناك معطيات وتفاصيل جديدة ترتبط بالقضية، وهذا ما سنسعى للوقوف عليه واستظهاره.

1- دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تشكيل رأي عام:

كل فرد منا يولد في مجتمع ما، فيحتضنه ذلك المجتمع ويعمل على تنميته جسديا وعقليا ونفسيا واجتماعيا، فهو لا يبلغ السن التي تؤهله للإدلاء رسميا برأيه في القضايا العامة، إلا وقد جمع كثيرا من المعلومات وتشبع ببعضها وكون من بعضها معتقداته واتجاهاته العامة وآراءه. وبعبارة أخرى، فإن الفرد لا يولد بهذه المعلومات ولكن يجمعها من خلال تعامله مع العديد من المؤسسات الاجتماعية التي قد لا تكون لها صلة مباشرة بأنشطته السياسية ولكن تؤثر عليها، وذلك على المدى الطويل وعلى المدى القصير ومن أبرز هذه المؤسسات الاجتماعية: الأسرة، المؤسسات التعليمية والمؤسسات الدينية.

المؤسسة الأولى: الأسرة

تؤكد العديد من الدراسات أهمية الأسرة بصفاتها أحد العوامل التي تشكل اتجاهات الفرد وآراءه، فالقواعد الأساسية لشخصية الفرد يتم إرساؤها في مرحلة الطفولة، كما أن العامل الرئيس في تشكيل شخصية الفرد هي الأسرة، فما من سلوك وقرار هام يتخذه الفرد إلا وقد تأثر واصطبغ بالعلاقات العائلية، ما يعني أن هناك تأثيرا للأسرة على الفرد.

هناك دراسات كثيرة تبرز وحدة الأسرة عند الإدلاء بأصواتها في القضايا المختلفة والروابط الدينية القوية بين أفرادها ودور الأسرة فيما يختاره أفرادها من أنواع التعليم ومن أنواع المهن وأثر الأسرة على دوافع أفرادها وعاداتهم واتجاهاتهم.⁶⁷

وتصدق هذه الملاحظة على الأسرة، سواء كانت أسرة تتكون من شخصين يسكنان في بيت واحد أو تتكون من أكثر من شخصين، تمتد لتشمل ثلاثة أجيال: الجد، الأبناء والأحفاد. والملاحظ أن أثر الأسرة على الفرد في الأسرة هو نفسه أثر كل فرد في الأسرة على الفرد الآخر فيها مع الاختلاف في درجة التأثير.

كما يلاحظ أن نظام الأسرة يتعرض للتغيير من جوانب مختلفة، وهذا التغيير يترك آثاره لا شك على اتجاهات الأطفال. فالبيئة المادية للأسرة تتغير باطراد مع التوجه المتزايد للمجتمع كله إلى الحياة المدنية بدلا من القروية، وبتغير نمط المنازل ومواقعها وعدد الغرف فيها وكذلك تتغير بتغير الأثاث الذي تضمه هذه المنازل، لا سيما مع التوجه المكثف إلى الاعتماد على الأدوات الكهربائية وأجهزة الاتصال العصرية، كما أن الأسرة أصبحت تتجه حاليا نحو الوحدات الأسرية الصغيرة التي لا تضم سوى جيلين وعددا صغيرا من الأفراد. فأدت كل هذه العوامل إلى سرعة حركة أعضائها ومرونتها.

لقد تغيرت وظائف أعضاء الأسرة، فالتحق كثير منهم بوظائف خارج المنزل ولم يعد الأمر مقتصرًا على الزوج، بل خرجت الزوجة للعمل أيضا، فزاد متوسط دخل الأسرة وتضاءل دور الأسرة في مجال التربية العامة والتربية الدينية، إذ تم إلحاق عدد كبير من الأطفال بدور الحضانة، وأصبحت المدارس تحتل جزءا كبيرا من وقت الطفل، بقبولهم في وقت مبكر وبإبقائهم في المدرسة مدة أطول من النهار ومن العمر، إضافة إلى هذا أصبحت الأنشطة الاجتماعية والرياضية تحتل قسما من وقت الأبناء، بينما انشغل كبار الأسرة في أعمال خارج المنزل وتحتل جزءا كبيرا من وقتهم، فلا يجدون إلا وقتا ضيقا لرعاية الصغار.

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام - المنظور الإسلامي -، مرجع سبق ذكره، ص 104.67

فأصبحت علاقة الشباب بأقرانهم أقوى من علاقتهم بذوي قرابتهم وأصبحوا يتمتعون بحرية أكبر من ذي قبل وظهرت الفجوات الفكرية والسلوكية بين الأولياء وأطفالهم.

ومع هذا التغيير، فإن الأسرة لا تزال تؤثر في الفرد، لأن الطفل الصغير يتلقى أولى انطباعاته في بيئته الأسرية ويكون أولى عاداته، وفيها ينمي تحيزاته المبكرة: ما يكرهه، ما يحبه، رغباته، آماله وأهدافه، فالوالدان والأسرة يحتكرون المثيرات التي تترك بصماتها في حياة الطفل خلال هذه الفترة المبكرة من حياته. والعلاقة الوثيقة بين أفراد الأسرة تعزز من أهمية التقليد والتكرار والإرشادات.

وفي هذا المحيط تنمو عادات الأكل والنوم واللعب ويتعرف الفرد على طبيعة السلطة ويتلقى المعلومات الأولية عن البيئة والإرشادات الأولى التي تصحبه في حياته المستقبلية. وأثبتت إحدى الدراسات بأن العلاقة بين انحراف الطفل وعلاقته بوالديه أوثق من العلاقة بين الانحراف والعيش في حي يكثر فيه الانحراف أو في بيئة يسود فيها الصراع الحضاري وأوثق من العلاقة بين الانحراف وانخفاض درجة الذكاء.⁶⁸

فالأسرة وطريقة النشأة فيها وأدوار أفرادها؛ تعد أحد الروافد الكبرى المؤثرة في تشكيل البيئة التي تكون الرأي العام، حيث تعتبر الأسرة البنية الرئيسية للتنشئة الاجتماعية للفرد، وهي العملية التي تستنبط المعايير الاجتماعية لتمثل وتندمج في الشخصية النفسية وتصبح جزءاً لا يتجزأ منها، فالتربية هي التي تنمي لدى الإنسان استعداداته وميوله وحاجاته وتكون الاستجابة لها في الامتثال للقواعد والمعايير الاجتماعية

وتأثير الأسرة يتضمن غرس القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، حيث تكون للتأثيرات المكتسبة في المراحل الأولى من العمر التأثير القوي والدائم، ومن التأثيرات التي تقوم بها الأسرة عملية تشكيل الاتجاهات تجاه السلطة. وبذلك تصبح الأسرة البؤرة أو المركز المنطقي للتأثير والذي يفوق كل الوسائل الأخرى.

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام - المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص ص 105-106.68

والسلوك السياسي للإنسان الناضج يتحدد نتيجة للتنشئة التي تلقاها في مراحل العمر المختلفة، ويختلف النمو والإدراك السياسي في كل مرحلة من هذه المراحل؛ ففي المرحلة الأولى يتحدد انتماء الطفل لثقافة وتاريخ ونظام معين، أما المرحلة الثانية فهي المرحلة التي يتفهم فيها الطفل هويته ويزداد إدراكه للعالم السياسي والأحداث السياسية، أما المرحلة الأخيرة فهي التي يشارك فيها الفرد مشاركة فعلية في العملية السياسية من خلال عمليات التصويت وتولي المناصب السياسية

المؤسسات الدينية:

تساهم المؤسسات الدينية وبشكل كبير في عملية التنشئة الاجتماعية، من خلال ما تقدمه للفرد من إرشادات وتوجيهات، فهو مرتبط بها منذ طفولته ويسعى إلى التزام بما يتلقاه داخل هذا النوع من المؤسسات، فهي تعبر عن امتداده وهويته.

وقد تتدخل بعض المؤسسات الدينية في الأمور السياسية المحلية والخارجية بحملاتها الإقناعية لصالح قرار أو آخر، ومن الوسائل التي تستخدمها هذه المؤسسات، الحوار والجهود المباشرة لإقناع المعارضين أو غير المهتمين وتنظيم الحملات والاتصالات الشخصية بالمسؤولين في هذه الحملات.⁶⁹

فالمؤسسة الدينية، بإمكانها المساهمة في تشكيل رأي عام بشرط ان تكون البداية مضبوطة ومؤسسة وتسير وفق الإطار المرجعي للمجتمع وما يحمله من معطيات، بعيدا عن الأساليب الديماغوجية والمغالطات التي تسيء لهذه المؤسسة في حد ذاتها وترهن مصيرها وتجعلها محل شك من طرف المجتمع، ما يعني أن سياسة هذه المؤسسة ينبغي أن تكون واضحة منذ البداية، تطمح إلى خدمة الفرد وتوعيته بدل أسلوب المناورة الذي قد يفقدها مصداقيتها ويحدث القطيعة بينها وبين الفرد.

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص ص 109-110.⁶⁹

المؤسسات التعليمية:

لقد أصبحت المدارس بالنسبة للبعض تعزيراً لما تعلمه الطفل في المنزل، وأصبحت بالنسبة للأغلبية مكاناً لتنمية الإحساس بالانتماء إلى وطن كبير، إضافة إلى ذلك فقد أصبح التركيز أكثر على طريقة التعلم بالتطبيق العملي مع القراءة وتنمية المهارات مع الحصول على المعرفة والتعرف على المشكلات الحاضرة وعلى الفهم التأملي وعلى الدوافع الإيجابية الذاتية أكثر من الضوابط الأخلاقية الرسمية، وقد لخص أحد الباحثين هذه الأهداف فيما يلي:

- 1- تنمية العقل المتسائل والنظرة الناقدة.
 - 2- تنمية احترام كرامة الإنسان والميل إلى التعامل التعاوني في الحياة الاجتماعية.
 - 3- تنمية الاهتمام بالعدالة الاجتماعية.
 - 4- تنمية الميل إلى المشاركة الإيجابية في الأنشطة الاجتماعية والسياسية، مع التركيز على المصلحة العامة (الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية).
 - 5- تنمية التسامح مع المعتقدات الأخرى التي يتمسك بها الآخرون بصدق، والتسامح مع الأشخاص الآخرين والجماعات الأخرى.
 - 6- تنمية احترام القانون والنظام.
 - 7- تنمية الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية على المستوى العالمي.
- وهذا يعني تكييف البرامج الدراسية الأساسية، حيث تصبح متوائمة واهتمامات التلميذ، وليكون الهدف الأساس للعملية التعليمية هو ربط المواد الدراسية بالحياة الاجتماعية وبالخبرات الشخصية للتلميذ، وذلك باستخدام الوسائل التالية:
- 1- التركيز على حالة كل تلميذ بشكل مستقل.

2- اعتبار التعليم عملية حركية.

3- إيقاظ اهتمامات التلميذ.

4- النظر إلى التعليم باعتباره عملية مستمرة لإعادة تنظيم وتركيب الخبرات.

وعليه، فتحسين الكتب الدراسية من حيث الشكل أمر ضروري، مع ضرورة إضافة الرسوم التوضيحية الكثيرة، الألوان والخرائط وكذا دعم المقررات الدراسية بالوسائل التعليمية المختلفة، مثل الإذاعة والتلفزيون وغير ذلك من الوسائل السمعية البصرية، والفصول الدراسية هي الأخرى ينبغي أن تكون بتصميم يسمح بالمرونة في الحركة وبالقدرة على التكيف حسب الاحتياجات المختلفة وتم التشجيع على استخدام الأساليب التعليمية المتنوعة، مثل الحوار الجماعي.⁷⁰

وعلى العموم، فإن ما يتلقاه الفرد من الأسرة أو المؤسسة الدينية أو التعليمية يبقى محفورا في النفس الإنسانية، قد ينعكس في شكل رأي يعرب عنه الإنسان عندما يواجه بالمشير المناسب. فقد وجدت دراسة "كوك" « Cook » بأن الرأي العام يتجه مثلا إلى تأييد القصاص بالقتل ويعارض المساواة التامة بين الجنسين ويعارض الإجهاض، كما لوحظ أن من كانت صلته وثيقة نسبيا بالكتب الدينية يميل إلى تأييد العقوبات التأديبية.⁷¹

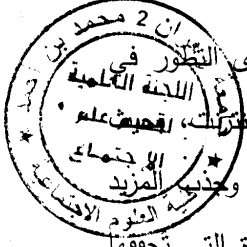
من جهتها، وسائل الإعلام تؤثر في الرأي العام من خلال تغيير فكر الأفراد حول رأي معين وثابت؛ حيث إنها تدعم الأفراد بحثهم على ممارسة حرية التعبير عن الرأي وصنع القرار، كما أنها تزود المجتمعات والأفراد بالمعلومات والآراء المجتمعية حول مواقف سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، في العديد من البقع الجغرافية المختلفة، مما يجعلها من أهم الوسائل المؤثرة على الرأي العام، حيث تساهم وسائل الإعلام بالتأثير على الرأي العام، من خلال عدة أمور من أبرزها ما يأتي: الاهتمام بقضايا متنوعة: تتعدّد أهداف وسائل الإعلام،

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص 111-112.70
- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص 113.71

فهي لا تهتم فقط بالقضايا السياسية وإنما تهتم بالأمور التنموية داخل البلاد أيضاً. الاطلاع ومتابعة القضايا: تتميز وسائل الإعلام بأنها على اطلاع دائم بالقضايا والمشكلات المجتمعية، وأنها تُغطّي تلك القضايا بشكل كامل وتُتابعها بحيث تنشر أحدث التطورات فيها باستمرار. توفير وسائل المقارنة للفرد: تُعدّ وسائل الإعلام المختلفة طرقاً تُمكن الفرد من مقارنة وتباين القضايا المختلفة، وهذا يُعدّ من أفضل الطرق الواقعية التي تُساهم في بناء وتصحيح الرأي العام. تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام من خلال تأثيرها على الفرد، حيث تُعتبر أداة اتصال بين أفراد العائلة أو الأصدقاء في جميع أنحاء العالم، كما تُتيح للفرد معرفة ما يدور حول العالم بشكل عاجلٍ أو يوميٍّ من أيّ مكان بواسطة العديد من الوسائل الإعلامية، حيث أصبحت وسائل الإعلام جزءاً أساسياً من الحياة، وتُعتبر أيضاً وسيلةً تعليميةً تُصوّب مسارات الأجيال القادمة، وتمتاز الصحف الإخبارية بأنها وسيلة الربط بين الحكومات والشعب من خلال حصولها على معلومات مهمة يصعب على المواطن الحصول عليها بذاته ونشرها.

لقد أثرت وسائل الإعلام على المجتمع وبالتالي على الرأي العام له، حيث إنّها تمكّنت من التأثير على كافة فئاته من الرجال، والنساء، والأطفال، والمراهقين، سواء بطابعٍ إيجابي أو سلبي، وذلك من خلال نقل الأحداث وتفسيرها، بحُكم أنّ المجتمع يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات، كما ترفع وسائل الإعلام مستوى الوعي عند الجماهير وتنشيط دورهم في المجتمع.

إن تأثير وسائل الإعلام على مجالات مختلفة يُعدّ السبب الرئيسي في تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام قدرتها على التأثير في مختلف المجالات المتعلقة بحياة الفرد، ومن أهم تلك المجالات ما يأتي: العلاقات الاجتماعية: يسّرت وسائل الإعلام الاتصال الاجتماعي والتواصل ما بين أفراد العائلات والأصدقاء والأقارب في الوقت الحالي، بحيث أصبح بالإمكان تكوين الصداقات الجديدة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو مع الآخرين باختلاف



البقع الجغرافية بالوسائل الحديثة التي لم تتواجد في الماضي. الأعمال: أدى التطور في وسائل الإعلام إلى حصول الشركات على فوائد كثيرة من خلال شبكة الإنترنت، وهي أصبحت وسيلة تربط العملاء بالشركات مباشرة دون إضاعة الوقت والتنقل، وجذب المزيد من العملاء من خلال الإعلانات التجارية وغيرها، عدا عن الأرباح الكبيرة التي تحققها الشركات من الخدمات التي تقدمها للعملاء. السياسة: تتيح العديد من وسائل الإعلام التي تُذاع على وسائل التواصل الاجتماعي نشر الأخبار السياسية من قِبَل المستخدم للعامة، الأمر الذي سمح للأفراد سرعة الحصول على المعلومات الإخبارية قبل نشرها بواسطة وسائل الإعلام المحلية. التوظيف: ساهمت وسائل الإعلام بنشر الإعلانات الوظيفية عبر شبكة الإنترنت، الأمر الذي أحدث تأثيراً واضحاً في مجال التوظيف من خلال الوصول إلى أفضل العاملين في العالم. التعليم: تنتشر المقاطع التعليمية بصورة هائلة من خلال وسائل الإعلام، حيث يُمكن البحث واكتساب المعرفة وإتقانها في أيّ من المجالات التي يتعلّمها الأفراد. العوامل المؤثرة على الرأي العام تتنوع العوامل التي يُمكنها التأثير على الرأي العام، ومنها ما يأتي: العوامل البيئية: يُعرف عن العوامل البيئية بأنها الأكثر تأثيراً على رأي الأفراد حول قضية معينة، وأهمّها العوامل البيئية الاجتماعية التي يخرط بها الفرد، مثل: الأسرة، والأصدقاء، والحي السكني، ومكان العمل، والمدرسة، والمجتمع، بحيث يتخذ الفرد قراراً يتناسب مع طبيعة بيئته التي ينتمي لها.

كما تنتشر المؤسسات المختلفة: المنظمات غير الحكومية، والجماعات الدينية، ونقابات العاملين القضايا والآراء السياسية، أو الاقتصادية، أو الأيديولوجية التي تهتم بها جماهيرها، من خلال العديد من وسائل التواصل الاجتماعي. قادة الرأي: يؤثر قادة الرأي بشكل مباشر على الرأي الفردي تجاه القضايا الشعبية، بحيث تستطيع الوجوه المعروفة سياسياً لفت الانتباه لإحدى المشكلات وتحويلها إلى قضية شعبية كبيرة من خلال وسائل الإعلام، بنشر الشعارات، والرموز، اللافتات، كما يتم أحياناً الاتفاق بين قادة الرأي لجمع الحشود بأساليب

متنوعة. الصحفيين: يكتسب الصحفيون عادةً الشهرة الشعبية خلال ظهورهم على وسائل الإعلام، حيث يُعجب غالبية الأفراد بالصفات الشخصية لبعض الصحفيين وحضورهم الإعلامي المميز، ويثق بعض الأفراد بالصحفيين أكثر من ثقتهم بالمؤسسة نفسها ويعتبرونهم مصدر المعلومات والأخبار الأول.

ما هو الرأي العام؟ يُعرّف الرأي العام بأنه مُحصّلة جميع الآراء الفرديّة مع بعضها البعض تجاه قضية سياسية أو قرارٍ حكوميّ، وتعددت مفاهيم الرأي العام من وجهات نظر العلماء، فمنهم من يرى أنّ الرأي العام يأخذ بالآراء الفرديّة المتباينة ثمّ يُعتمد القرار بناءً على رأي الأغلبية، ومنهم من يرى أنّ الرأي العام يتأثر بالحكومات أكثر من تأثره بالمجتمع، ويُعتبر نشر استطلاع الرأي على العامّة من الطرق الأكثر شيوعاً لمعرفة الرأي العام. [6] يُعبّر الرأي العام عن مدى قبول المجتمع القرارات والسياسات الواقعيّة أو رفضها، وهل تحمل غالبية الآراء الطابع الإيجابي أم السلبي، مثل: الرأي العام تجاه تخفيض الضرائب، أو الرأي العام حول زيادة النفقات على الدفاع القومي، كما يرى خبراء السياسة أنّ الرأي العام يختلف باختلاف القضية التي يدور حولها، فلا يُمكن أن يكون رأي المجتمع ثابتاً تجاه كافة القضايا.

وهنا تُعرف وسائل الإعلام، بأنها جميع الأدوات التي تربط الأفراد مباشرةً بقضايا المجتمع، وتعدد أنواع وسائل الإعلام في العالم ومن أبرزها الصحف والنشرات الإخباريّة التي تُذاع من خلال شبكة الإنترنت، والتلفاز، والمذياع، ووسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها، والبريد الإلكتروني، والمدونات، ويُشار إلى أنّ منظمة اليونسكو تُعزّز دور الصحفيين والناشطين في المجتمعات وتُساهم في الدفاع عنهم وحمايتهم.

2-المؤسسات السياسية والرأي العام:

يتزعزع الرأي العام في الأجواء السياسية التي تحترمه وقد تمنحه وزنا أكثر مما يستحق، بينما يبقى مكبوتا وقد يكون مصيره الأفول والنهاية في المناخ السياسي الذي لا يعترف به.

فقد يكون من المناسب عند الحديث عن العلاقة بين السلطة الحاكمة والرأي العام الذي أوصلها إلى سدة الحكم أن نتساءل إلى أي درجة يتطابق رأي من يمثلون السلطة مع الرأي العام؟ وما طبيعة العلاقة بينهما؟

لوحظ في دراسات مختلفة بأن رأي السلطة الحاكمة في الغالب لا يتفق مع الرأي العام، إذ لوحظ أن تصويت أعضاء مجلس الكونغرس الأمريكي لا يتسق مع الرأي العام إلا بنسبة ضعيفة، كما وجدت دراسة أخرى أن الرأي العام السويدي يرى بنسبة 33 % زيادة المساعدات للدول النامية، بينما يرى 88 % من أعضاء البرلمان السويدي زيادة هذه المساعدات.

والحقيقة، أن الفجوة بين الرأي العام والسلطة القائمة تثبت وجودها، ولهذا كانت ما تعمل الصفوة المسيطرة على تكييف الرأي العام حتى يكون مطابقا لرغباتها أو على الأقل لا يقف عقبة في طريقها، فقد وجد "بول" « pool » أن الصفوة الحاكمة تنظر إلى الرأي العام وكأنه عقبة تقيد أنشطتها وبدلا من أن تتكيف الصفوة مع الرأي العام، فإنها تخطط لتجنب الاصطدام به في أنشطتها المستقبلية.⁷²

فالنظام السياسي، يؤثر في الرأي العام من خلال ما تبثه وسائل الإعلام في الافتتاحيات أو في قسم الرأي في بعض الحالات التي تؤيد فيها هذه الوسائل سياسة الحكومة، كما حصل في بدايات حرب فيتنام وفي حرب الخليج. فقد وجدت إحدى الدراسات أن وسائل الإعلام وققت بدرجات متفاوتة في صف سياسة الدولة ضد المعارضين لدخول أمريكا حرب الخليج.

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص ص 124-125.72

فوصفت بعض الصحف المعارضين بالغباء والجهل وبأنهم يساعدون بمظاهراتهم الأعداء، وأنهم عبء إضافي على كاهل القوات الأمريكية، وأن الدولة إذا لم تسيطر على وضع المعارضين، فإن الأمر ربما يسوء ويصبح خطيرا، وأنهم يبثون الضعف في نفوس القوات المقاتلة في الخليج وفي ذويهم.⁷³

وتؤثر الحكومة على الرأي العام بما تصدره من أنظمة وتعليمات لوسائل الإعلام، لا تعود فيها إلى الأفراد أو المجتمع باعتبارهم المعني بالقضية، بل تجدها في العديد من المرات لا تقيم أي اعتبار للمجتمع، لتنتج مباشرة إلى الإعلام وتفاجأ الأفراد بجديد قراراتها ومشاريعها، وهو ما من شأنه أن يحدث صداما كبيرا بين الحكومة والمجتمع، الذي يرى في ذلك تجاهلا له واختزالا لحقوقه.

ولكن هذا لا يمنع من أن يتأثر المسؤولون بالرأي العام، كما في الدراسة التي قام بها "هارتلي" « Hartley » حيث وجد أن الرأي العام يؤثر باستمرار على صانعي القرار في الولايات المتحدة الأمريكية بالنسبة لما تصرفه الحكومة في مجال التسليح.⁷⁴ علما أن هذه المسألة كثيرا ما تتعلق بمدى وعي الجماعات الضاغطة والأحزاب السياسية التي في حال ما أدت المهام المنوطة بها يمكن للرأي العام أن يكون قوة ضغط كبيرة لا يمكن للسلطة الحاكمة أن تقف في وجهه أو أن تفرض عليه سياسات معينة، ما يعني أن نجاح الرأي العام وقوته يتوقف على قادة الرأي، وهم الأشخاص اللذين يظهرون في الواجهة وهم من يدخلون في نقاش وحوار مع الجهة الحاكمة في حال وجود أي صراع أو مشكل من أي نوع كان، وهذا هو حال الأحزاب السياسية والجمعيات الناشطة التي ينبغي لها الدفاع عن القضية إلى حين الوصول إلى نتائج ترضي الرأي العام وتجعل منه نقطة قوة لا يمكن للسلطة السياسية أن تتحرك بمنأى عنها أو دون استشارتها، ببساطة لأن المشاريع والقرارات موجهة للفرد، فهو بذلك يملك ضرورة الرجوع إليه والاعتراف بدوره الفاعل وعلى أكثر من صعيد واحد.

- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص 129.73
- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام -المنظور الإسلامي-، مرجع سبق ذكره، ص 130.74

يتضح من خلال كل ما مر بنا من معطيات، أن هناك مؤسسات اجتماعية وسياسية ذات علاقة بتشكيل رأي عام، لكن بحكم التغير الذي طرأ على المجتمع وبداية إحداث القطيعة بين الفرد والمؤسسات السابقة الذكر، تمكنت وسائل الإعلام من إحكام قبضتها على المجتمع والتأثير فيه، خاصة مع اعتمادها تقنية الصورة، التي جعلت الفرد يقف عاجزا أمام قدرتها التأثيرية ويصدق في العديد من المرات غالبية ما تتناقله وسائل الإعلام، والمثير للانتباه أن هذه الوسائل أصبحت مرجعية في نقاش الكثيرين اللذين يعولون عليها اليوم في تشكيل رأي عام، وهنا ينبغي الحديث عن الأفراد واستهلاكهم لرسائل الإعلام، فمنهم من يقف عند كل ما يروج له الإعلام وي طرح الكثير من الإشكالات والتساؤلات، وهناك من يستهلك كل ما يمرره الإعلام، ما يعني أن الإعلام رسم لنفسه استراتيجيات بعيدة المدى ليتمكن من ضرب بنيات المجتمع، ممثلة في المؤسسات التي سبق ذكرها ومن تم التغلغل في المجتمع والسيطرة عليه، وعليه فالمسؤولية هنا ترجع إلى الأفراد اللذين غيبوا دور الأسرة، المدرسة وكذا المؤسسات الدينية وتشبثوا بالإعلام الذي خدمه الوضع كثيرا.

فدراسات كثيرة، كانت قد أكدت دور الاتصال في حركية المجتمع ودوره الفاعل في الارتقاء بالمجتمع وتحضره، بمعنى أنه بقدر ما تقوى الاتصال بين الأفراد زادت قوة المجتمع وصلابته وكان من الصعب التأثير عليه، لكن بقدر ما نقص الاتصال داخل المجتمع انتشر العنف والمظاهر السلبية، وهذه معادلة مهمة، لأن ما يحتاجه المجتمع اليوم هو تقوية الاتصال داخل الأسرة والمدرسة ودور العبادة وترك الإعلام للحاجة، ولمعرفة الجديد بدل التعويل عليه والاعتماد عليه في كل الأمور، فهناك أولويات ينبغي ترتيبها وتأتي في بدايتها الأسرة وتليها باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية وصولا إلى وسائل الإعلام التي ينبغي الوقوف عندها، خاصة بعدما حلت محل مؤسسات حيوية وسعت إلى إضعاف دور الاتصال المجتمعي.

المحاضرة الثانية عشر: ثنائية الرأي العام العربي والنظام الديمقراطي في المجتمعات العربية

سنحاول من خلال هذه المحاضرة الحديث عن الرأي العام العربي في علاقته بالأنظمة السياسية، فالمعروف أن الأنظمة السياسية في المجتمعات الديمقراطية تقيم اعتبارا كبيرا للرأي العام ولحظة اتخاذها لأي قرار تجدها في اتصال مع الرأي العام للاتفاق والخروج بصيغة نهائية تقف على اهتمامات وتطلعات كل الأطراف، فهو بذلك أداة ضاغطة تلجأ الحكومات إلى استشارتها مخافة حدوث صراعات وصدامات سياسية، فيما يبدو الوضع مغايرا في الأنظمة الشمولية التي تقمع الرأي العام وتشدد الخناق عليه لأجل إضعافه حتى لا نقول أن تشكيله يكاد يكون ممنوعا لطبيعة النظام السياسي.

يكاد يكون موضوع الديمقراطية والانتقال والتحول الديمقراطي والتأسيس للديمقراطية في الوطن العربي واحدا من أكثر الموضوعات تداولاً ونقاشاً وبحثاً، وهو لا يقل بذلك أهمية عن مفاهيم أخرى ك: التنمية، التحول الاقتصادي والاجتماعي، ومعالجة مشاكل كثيرة كالبطالة والفساد. إن النقاش حول الانتقال والتحول الديمقراطي وآلياتهما ومعيقتهما نقاش طويل من حيث المدة الزمنية، فمنذ نهاية عقد السبعينيات من القرن الماضي أصبحت الديمقراطية وغيرها من المفاهيم المرتبطة بها متداولة في خطاب المثقفين والنخب والمحليين العرب، بل أصبحت تدريجيا جزءا من الخطاب الرسمي لبعض أنظمة الحكم العربية أيضا.

لقد تأثر الحوار حول الانتقال والتحول الديمقراطي والإصلاح السياسي على مدار العقود الأربعة الماضية، بالعديد من العوامل والمتغيرات التي ساهمت بدرجات متفاوتة في إعادة إنتاج النقاش حول الديمقراطية ومعيقاتها في الوطن العربي. كان واضحا أن النقاش حول أسس الديمقراطية وعناصرها ومحدداتها يتضمن العديد من القضايا المرتبطة بالكثير من العوامل والمتغيرات الدولية والإقليمية والمحلية التي شهدتها الوطن العربي. كما ساهمت هذه المتغيرات والتحويلات أحيانا في أن يكون التحول الديمقراطي هو الأولوية الأولى للنقاش

والحوار بين النخب العربية وأنظمتها السياسية، أو أن يتراجع هذا التحول ليصبح موقعه في مراحل معينة في أسفل قائمة الأولويات.

إن متغيرات، مثل الموجة الثالثة للتحول الديمقراطي في العالم كانت واحدة من المتغيرات التي أثرت في النقاش والحوار حول الديمقراطية بوصفه واحدا من العناصر المهمة في سياسات بعض الدول الكبرى في العالم. كما أن الأحداث الكبرى التي شهدتها الوطن العربي خلال العقود الأربعة الماضية مثل: تحولات الصراع العربي-الإسرائيلي واحتلال العراق والحروب أو النزاعات والصراعات الداخلية في بعض الأقطار، إضافة إلى صعود حركات الإسلام السياسي بوصفها أطرا سياسية وشعبية معارضة ومؤثرة في المجتمعات العربية، قد ساهمت في أن يأخذ الحوار حول الديمقراطية أبعادا وعناصر جديدة. كما أن التحولات في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية في دول المنطقة وانتشار التعليم وثورة الاتصالات وانتشار أدوات وآليات اتصال جديدة بين فئات المجتمعات العربية، قد ساهمت أيضا بفاعلية في النقاش حول آليات التحول الديمقراطي ومعيقاته، وأدت دورا أساسيا في إيجاد مجالات عامة وشبه عامة للتواصل والنقاش والتأثير خارج إطار المجالات المتاحة تقليديا.⁷⁵

متأثرا بالعوامل السابقة، فقد تضمن النقاش خلال العقود الأربعة الماضية العديد من الموضوعات ذات الأهمية فيما يتعلق بمفهوم الديمقراطية وبآليات الانتقال والتحول الديمقراطي ومعيقاته. ومع أهمية ذلك، يبقى من الضروري الإشارة إلى الأسئلة التالية:

*هل خصوصية المجتمع العربي وثقافته يشكلان عائقا أمام الانطلاق نحو تحول ديمقراطي أسوة بالمجتمعات الأخرى؟ وهل النظام الديمقراطي يتواءم وثقافة المجتمع العربي؟ وهل هذا المجتمع العربي مهيا للحكم الديمقراطي؟

61--يوسف محمد جمعة الصواني، اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية (تحليل نتائج الدراسة الميدانية)، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014، ص ص 46-47.

-إن الديمقراطية في الوطن العربي تواجه معضلة تتمثل في أن البديل للأنظمة السياسية القائمة هو الفوضى وعدم الأمان والاستقرار.

-عدم وجود قوى ديمقراطية تؤمن بتداول السلطة واحترام رغبات المواطنين، مقابل وجود قوى إسلامية هي الأكثر تنظيماً وتأثيراً والأشد قدرة على الاستيلاء على السلطة من خلال انتخابات حرة لمرة واحدة، فتمسك بها بعد ذلك من دون أدنى احترام لمبدأ تداول السلطة.

-إن الديمقراطية بوصفها مفهوماً وممارسة هي مفهوم وآلية خارجية (غربية) تتم محاولة فرضها على دول ومجتمعات عربية ترفضها ولا تؤمن بها.

-إن أكثرية الأنظمة السياسية في الوطن العربي استطاعت أن تتبنى بعض الإجراءات والآليات ذات الطبيعة الديمقراطية مع احتفاظها بالهيكل السلطوي، ما حال دون فسح المجال أمام خوض غمار تجربة الانتقال والتحول الديمقراطي.

لذلك، وتقديراً لأهمية هذه السياقات تم إجراء مسح، هدفه استطلاع اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية، وهو المسح الذي أنجزه مركز دراسات الوحدة العربية لمصلحة المؤسسة العربية للديمقراطية ونفذه مركز الدراسات الإستراتيجية في الجامعة الأردنية أواخر عام 2010. ويقدر ما انطلق التفكير والعمل بالمسح من قناعة بأنه من الضروري تلمس اتجاهات المواطنين نحو هذه المسائل، فقد كان من الضروري أيضاً إدراك الإشكالات التي تواجه بحوث واستطلاعات الرأي العام التي تتأثر تماماً بمستوى الديمقراطية السائد، وبالمدى الذي تعبر فيه النخب الحاكمة عن الرأي العام. إن غياب الديمقراطية وانتهاك حقوق الإنسان وعدم احترام الحريات العامة في أغلب الأقطار العربية عناصر تحول دون تشكيل رأي عام مستقل، كونه يعتمد أساساً على إمكانية الأفراد لممارسة التعبير عن آرائهم بحرية ومن دون خوف.

من هنا، فإن التعرف على الرأي العام العربي نحو الديمقراطية يصبح مهمة أكثر صعوبة، خاصة وأن أدبيات الرأي العام تشترط توفر المعلومات وحرية النقاش ووجود فضاء عام مفتوح حتى يمكن للرأي العام أن ينشأ أساساً. لكن ذلك لا ينبغي أن يكون حائلاً يجعلنا نحجم عن القيام بالاستطلاع، فرغم عدم توفر مكونات النظام الديمقراطي، فإن هناك فرصاً دائمة لوجود رأي عام، ولو كان في مستواه الكامن الذي وإن اختفى يظل مؤثراً في تحديد اتجاهات الأفراد ومواقفهم. إن ذلك لا يعني أن نتجاهل محدودية الدلالات التي يمكن استخلاصها من نتائج الاستطلاعات، فهي ليست حقائق ثابتة، بل مجرد مؤشرات تستخرج وفقاً لضوابط علمية يمكن التعرف عليها وتحديدها في زمن ما اتجاه مسألة معينة.⁷⁶

على الرغم من الفجوة الهائلة بين المجتمع والدولة، بين الحاكم والرأي العام، فإن هناك عوامل وأسباباً تجعل لبحوث الرأي العام أهمية لا يمكن تجاهلها. إن تلك الأهمية والقيمة تتضح خاصة بعدما تحقق من تطورات كمية وكيفية هائلة على مستوى الإعلام العربي والثورة في مجالات الاتصال والمعلومات والنشر الإلكتروني، وهو ما يجعل الوطن العربي بكامله فضاء عاماً تتفاعل فيه مخرجات تلك العوامل المساعدة مع المقومات المشتركة في اللغة والثقافة والتاريخ، لتصوغ رأياً عاماً عربياً يتجاوز الحدود القطرية. هنا أيضاً يؤدي الإعلام الفضائي العابر للحدود دوراً حاسماً في تجاوز سلبيات الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ويعطي العرب بمن فيهم أولئك اللذين يعيشون في حالة فقر (65 مليون عربي) وأولئك اللذين لا يجيدون القراءة والكتابة (70 مليون أمي)، فرصاً حقيقية للانتماء إلى هذا الفضاء العام والمشاركة في تشكيل الرأي العام العربي، رغم أن الكثير من المحددات ما زالت تؤدي دوراً بارزاً في التقليل من فرص الديمقراطية أو الإصلاح السياسي.

ومن الطبيعي، أن تكون جدوى التعميم بشأن الوطن العربي ككل موضع جدل. فالخصوصيات الإقليمية والظروف المحلية والتنوع التاريخي والثقافي في منطقة شاسعة تطرح

- يوسف محمد جمعة الصواني، اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية، مرجع سبق ذكره، ص ص 47-48. 76

بعض المشكلات المتصلة بهذا الأمر. لذا فإن أي دراسة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وخاصة في مجال قياس اتجاهات الرأي العام العربي، لا بد من أن تضع في الاعتبار أن ما يمكن أن تسفر عنه النتائج يتأثر موضوعيا وذاتيا بعناصر التاريخ والثقافة والوضع الاقتصادي، وكل مكونات الصورة الجيوستراتيجية المركبة والخاضعة لتأثير ديناميات داخلية أو خارجية، سواء كان ذلك على المستوى القطري أو الإقليمي. ولا بد أن نضع في الحسبان أن إجراء مثل هذا المسح يتم في منطقة تتخذ فيها الحدود الجغرافية والسياسية مكانة بارزة منذ أن تم رسمها كنتيجة لاتفاقية (سايكس - بيكو) عام 1916، بينما يشترك السكان اللذين قسمتهم تلك الحدود إلى دول مستقلة عن بعضها البعض في الانتماء إلى ثقافة وتاريخ وتجربة مشتركة. لذلك عاش الوطن العربي منذ ذلك الوقت ما يمكن وصفه بالتناقض بين واقع اجتماعي وثقافي، ومآل جيوسياسي ازداد مشهده تعقيدا مع وجود إسرائيل نتيجة وعد بلفور في عام 1917 وما ترتب عن ذلك من صراع هيمنت عناصره على المشهد العربي والإقليمي برمته إلى يومنا هذا. ومع أن كل الأقطار العربية نالت استقلالها الرسمي، فإن الصراع العربي-الإسرائيلي جعل المنطقة بكاملها تعيش الحرب وعدم الاستقرار والتدخل الخارجي على كل المستويات. كما أنه لا بد أن نأخذ في الاعتبار أن الوطن العربي بسبب تلك الديناميات شهد ولا يزال يعرف أكثر من انقسام على المستويين السياسي والاقتصادي، في مقدمة ذلك الصراع بين القوى السياسية والإيديولوجية، إضافة إلى المصالح المتعارضة، خاصة بعد فورة النفط وآثارها الهائلة في كل المستويات، وهو ما جعل الوطن العربي يعيش حالة صراع داخلي، لعل أبرزها ما جرى بين الثورة والثروة، إضافة إلى ما ارتبط بأهميته الإستراتيجية من توالي التدخلات الأجنبية وعدم الاستقرار السياسي والعناصر المكونة للمشهد المعقد الذي يمكن أن نكتشف فيه تفسيراً لما يوصف بالعجز الديمقراطي العربي. إن التطورات التي شهدتها الوطن العربي كانت مؤثرة بشكل خاص في طبيعة وشكل الدولة ونظام الحكم، مثلما كانت علاقتها بالمجتمع والعلاقة بين مؤسساتها ومكوناتها المختلفة التي

برزت فيها المؤسسات الأمنية والعسكرية في مقدمة المشهد، بينما اختفت أو قلت أية أهمية لدور المجتمع المدني والأحزاب السياسية، وناقضت مفاهيم ومبادئ المحاسبة والشفافية.⁷⁷

- يوسف محمد جمعة الصواني، اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.77

المحاضرة الثالثة عشر: طرق قياس الرأي العام

تمهيد:

يهتم صنّاع القرار والساسة وغيرهم بمعرفة اتجاهات الناس، ومواقفهم إزاء القضايا المختلفة التي تنتشر ويذيع صيتها، حيث يساعدهم ذلك على أعمالهم بشكل كبير، خاصة من ناحية القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة، وبالتالي النجاح في أعمالهم، ومهامهم المختلفة. إنّ الرأي العام يلعب في هذا العصر دوراً كبيراً جداً في تحويل مسار الأحداث العظيمة، وحسمها لصالح أي جهة كانت، ومن هنا فإن حجم الاعتناء به يفوق الوصف.

فقد ظهرت العديد من الجهات، والمؤسسات المتخصصة في قياس الرأي العام بكافة أنواعه خدمةً للقضايا، والمصالح المختلفة. وفيما يلي نسلط الضوء على بعض أبرز الوسائل المتبعة في قياس الرأي العام.

طرق قياس الرأي العام:

حاول علماء الاجتماع تقصي هذه الظاهرة وتجسيدها إلى بيانات وأرقام يسهل فهمها وتحليلها والاستفادة منها، وتطور ذلك باعتماد الوسائل الحديثة الناتجة عن علم الإحصاء والاستبيان.

فقد تجلت أهمية الرأي العام من خلال بحوثه وعمليات مسحه، والتعرف على الآراء والأفكار والقيم والدوافع والانطباعات والتأثيرات المختلفة.

وفي العصر الحديث تطور المفهوم وانتشرت مرتكز ومعاهد لدراسة الرأي العام، ومن حين إلى آخر تقوم الصحف والقنوات العلمية بهذا الإجراء.

ومن بين الأساليب المستخدمة عمليات المسح الاجتماعي، واستطلاعات الرأي والاستفتاء والمقابلات والمناقشات العامة.

وعلى هذا تميل بحوث الرأي العام دائما إلى التبسيط من حيث الإجراءات وحساب النتائج، ففي حساب النتائج تستخدم النسب المئوية.

معاهد قياس الرأي العام:

طبق الأمريكيون طرقا في قياس الرأي العام مستفيدين من الدراسات الاجتماعية التي تناولت قياس الرأي العام، وأصبح هذا القياس وظيفة دائمة في كل الأحوال " وكان ابرز معالم فترة الثلاثينيات ظهور معاهد قياسات ومسح الرأي العام واستخدم كروسلي وجالوب رونز في الولايات المتحدة الأمريكية طرقا أكثر تطورا في عمليات قياس الرأي العام.

فقد أنشأ (جالوب) الصحفي والإحصائي الأمريكي عام 1935م المعهد الأمريكي للرأي العام، يقوم هذا المعهد بعملية استفتاء شعبي، باستخدام وحدات نموذجية تمثل الجماهير، وقد وضع خلال الثلاثين السنة الأولى لنشائه كثيرا من المسائل الدولية والأمريكية من سياسية واجتماعية وفنية ورياضية موضع الاستفتاء الشعبي، وكان لبعضها اثر في تطوير الأحداث، كما استخدمت هذه الاستفتاءات لقياس الميول والاتجاهات الشعبية بالنسبة للأحداث الجارية أو الانتخابات العامة أو الإعلانات التجارية واليها.⁷⁸

يتبين لنا مما سلف، أن الأمريكيين أرادوا التنظير لمفهوم الرأي العام ودراسته من عمق وتتبع كل الظواهر الاجتماعية والسياسية والثقافية المتعلقة به سواء في أمريكا أو في خارجها، وخاصة بالنسبة للأمم التي تنافسها.

في قياس الرأي يكتفي الباحث غالبا بطرح سؤال واحد أو سؤالين، ويتبع بعبارتين (صحيح، خطأ)، (نعم، لا)، (موافق، معارض)، (مقبول، غير مقبول)، (يزيد، ينقص).

○

1- طرق قياس الرأي العام:

- الاستمارة
 - المشاهدة أثناء المواقف (مظاهرة، تجمع، اعتصام، من خلال تكتل الفئة المعبرة عن (الرأي العام، ومن خلال الشعارات المرفوعة).
 - (حضور المناقشات العامة (أثناء الجمعيات العامة
 - تحليل مضمون المواد الإعلامية: الجرائد والمجلات والقنوات التلفزيونية
- يتطلب قياس الرأي العام-حتى يكون عملا علميا- ما يتطلبه أي بحث علمي ميداني:

أ- تحديد الموضوع.

ب- فرض الفروض.

ت- اختيار العينة (وتكون بأوسع نطاق ممكن).

ث- تحديد طريق قياس الرأي العام.

2- قياس اتجاهات الرأي العام: تقاس اتجاهات الرأي العام من خلال قياس الاتجاه، وفق المراحل التالية:

- يحصل على شدة الاتجاه عند أفراد العينة من مجتمع البحث
- بجمع الشددة
- يقسم هذا المجموع على عدد أفراد العينة.

10: العناصر المكونة للرأي العام:

يتكون الرأي العام نتيجة تفاعل عدة عناصر نفسية أو اجتماعية. وكل عنصر من هذه العناصر لا يعمل منفردا في تكوين بناء اتجاه الرأي العام، ولذلك فإن تناولنا فيما يلي لهذه العناصر كل عنصر على حدي لا يعني أنهما عناصر منفصلة عن بعضها البعض وإنما تتداخل مع بعضها البعض في كثير من الأحيان وهذه العناصر هي:

أولاً: الثقافة الاجتماعية

وهي تتألف من السنن الاجتماعية (العادات والتقاليد) ومن العلوم والفنون والآداب السائدة في المجتمع. ذلك أن الأسرة كوسيلة اتصال تغرس في نفوس صغارها عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه وآدابه وفنونه طبقاً للقوالب الاجتماعية السائدة في المجتمع. ومن هنا فإن الفرد في المجتمع لا يستطيع الخروج على مثل تلك الأوضاع، حتى لا يتعرض للعقاب الاجتماعي الذي يتمثل في الاشمئزاز الاجتماعي بل والطرده من الجماعة. وعلى ذلك فإن الفرد إذ يلتزم بكل ذلك فانما يلتزم باتجاه جماعته نحو السنن الاجتماعية والآداب والفنون السائدة.

ولما كان الرأي العام لا يخرج عن كونه جماعة معينة نحو مشكلة معينة او حادث معين، ولما كانت الثقافة الاجتماعية من اهم عوامل تكوين الاتجاهات باعتبارها استعدادات عقلية ونفسية ناتجة عن ظروف وخبرات وتجارب مرت بالفرد.. فان مثل هذه الاتجاهات تتأثر و لا شك بالثقافة الاجتماعية.

ومن هنا، فان الثقافة الاجتماعية من أهم عناصر تكوين الرأي العام.

ولقد أكدت الدراسات الميدانية أن الأسرة من الأقلية البيضاء الحاكمة سواء في جنوب افريقيا تنشئ أطفالها على كراهية الإفريقيين أصحاب الأرض الأصليين، ولقد كانت وزارة المستعمرات البريطانية من أوائل الدول الاستعمارية التي أدركت حقيقة أهمية دراسة الثقافة الاجتماعية من خلال العلم المعروف بالأنثروبولوجيا للوقوف على الرأي العام في المجتمعات التي تخضع لنفوذهم لمعرفة ميول شعوبها واتجاهاتهم حتى يتمكنوا من السيطرة عليها. كما أصبحت وزارات الخارجية في الدول المتقدمة تعمل على تعريف ممثليها الدبلوماسيين بالثقافة الاجتماعية السائدة في الدول التي سيمثلونها فيها.

ثانياً: الزعماء في المجتمع

لا ريب في أهمية الأدوار التي يلعبها الزعماء في توجيه الرأي العام في مجتمعاتهم. فالزعيم الناجح بما يتاح له من دراسات ورؤى صافية بحكم ما لديه من بيانات ومعلومات لا تتاح لغيره يكون اقدر على معرفة الاتجاه الذي يتجه إليه مؤشر الرأي العام، وذلك هو المؤشر الذي يرتبط بصورة واضحة بمشاعر وأحاسيس الناس.

ويمكن تلخيص أهم هذه العوامل في العناصر التالية:

- 1- العناصر الثقافية والحضارية، بما تشتمل عليه من عقيدة وقيم وعادات وتقاليد وأعراف.
- 2- العناصر الاجتماعية وعلى الخصوص الانتماءات الفئوية ابتداء من الأسرة مروراً بالأدوار والمراكز الاجتماعية إلى كل التنظيمات.
- 3- العناصر التاريخية: فالتاريخ المشترك لأي جماعة اجتماعية يعتبر احد مصادر الرأي العام.
- 4- العناصر السياسية: وخاصة المناخ السياسي وما يوفره من فرص لتبادل الآراء ومناقشة الأفكار وتنمية للحوار عن طريق الإقناع، او العكس من ذلك.
- 5- العناصر الإعلامية: الدعاية، الإعلام، الإشهار، الإشاعة (المادة الإعلامية).

ومن التقنيات الموظفة أيضاً وبالتفصيل:

- 1- الاستفتاء: يعتبر الاستفتاء واحداً من أشهر طرق قياس الرأي العام، حيث يساعد على الإلمام باتجاهات الناس، وآرائهم بشكل فعال، وبالتالي الوصول إلى قرارات صحيحة، تتوافق مع المصالح المرجوة.

يخضع الأشخاص الذين يتمتعون بحقوق سياسية معينة إلى الاستفتاء قيد المعالجة، أمّا أولئك الذين لا يتمتعون بمثل هذه الحقوق فهم غير معنيين به، هذا وتنبع العديد من دول العالم أسلوب الاستفتاء في القضايا الحساسة والمصيرية؛ كتلك المتعلقة بدستور الدولة،

وغيرها. يتم الاستفتاء من خلال اختيار عينة من الناس ممن تنطبق عليهم الشروط المطلوبة، والأهلية العالية، حيث تُوجَّه إليهم العديد من الأسئلة المختلفة، الموضوعة من قبل أشخاص مختصين، ومُلمِّين بكافة الجوانب المتعلقة بالاستفتاء، وبعد أن ينتهي الناس من تقديم إجاباتهم عن الأسئلة تبدأ الجهات المعنية بدراسة الإجابات المُقدَّمة إليهم، وتحليلها بالطرق المختلفة، والوصول إلى النتائج المطلوبة.

2- تحليل المضمون: تعتبر هذه الطريقة واحدة من الطرق المهمة في التعرف على الرأي العام العالمي، وليس المحلي، مما يساعد على تحديد الاتجاهات العالمية الاقتصادية، والسياسية، والثقافية المختلفة. تعتمد هذه الطريقة على تحليل واستيعاب الاتجاهات المختلفة التي تتضمنها المواد التي يتم تقديمها عن طريق وسائل الإعلام، والاتصال كالتلفاز، إلى جانب العديد من وسائل الاتصال، والإعلام الأخرى، والتي جعلت الناس كلهم يشاركون فيها، ويعتبرونها كجزء أساسي، ورئيسي في حياتهم.

3- المسح: تعتبر طريقة المسح أكثر عمومية، وشمولية من طريقة الاستفتاء؛ ذلك أنها تساعد على قياس كل من: الرأي العام الخفي، والظاهر. تعتمد طريقة المسح على وسيلتين اثنتين هما: وسيلة الملاحظة والتي تتطلب استطاعاً غير مباشر للآراء، حيث يدوّن الشخص الملاحظ كل ما يتلقاه من آراء، وتوجهات مختلفة. إلى جانب وسيلة المقابلة والتي تتم عادة من خلال وجود مقابلة بين كل من الشخص الباحث من جهة، وجماعة الناس المطلوب معرفة توجهاتهم من جهة أخرى، حيث يتم ذلك خلال مدة زمنية معينة⁷⁹.

- www.google.com

https://mawdoo3.com/%D8%B7%D8%B1%D9%82_%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3_%D

https://mawdoo3.com/%D8%B7%D8%B1%D9%82_%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3_%D 10 ديسمبر

2020، الساعة 17:00



قائمة المراجع:

1-باللغة العربية:

*الكتب:

- 1-بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 2-حسن مكايي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 3-حميدة سمسم، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004.
- 4-سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام المنظور الإسلامي، مؤسسة الرسالة.
- 5-محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998.
- 6-محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 7-مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 8-مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2005.
- 9-ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام تأثير الإعلام على الحياة المدنية، تر محمد حسن صفوت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.



10- عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الطبعة الأولى، دار الفكر العالمية للنشر، 2014.

11- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات دراسة في ارتباطها بالثقافة العربية، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.

12- يوسف محمد جمعة الصواني، اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية (تحليل نتائج الدراسة الميدانية)، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2014.

13- نضال فلاح الضلاعين، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي، عمان، 2014.

*المجلات:

1- سلام خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام دراسة وصفية لأساليب ومساك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 17، جامعة تكريت كلية الآداب قسم الإعلام، كانون الأول 2013.

2- محمد إبراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد 03، 2012.

*المذكرات:

1- تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2013-2014.



2- عبد الحافظ عواحي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق: أسامة بليل، المحيا، 1433 هجري، ص 09.

3- مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الموسم الجامعي 2011/2012.

2- باللغة الأجنبية:

*الكتب:

- 1-Champfleury, Histoire de la caricature sous la république l'empire et la restauration, deuxième Edition, E Dentu éditeur, Paris, 1877.
- 2-Danielle charron, une introduction a la communication, les presses de l'université du Québec, Montréal, 1991.
- 3-Jacques Durand, Les formes de la communication, Dunod, Paris, coll. communications, 1981.
- 4-Jean Cazeneuve, la société de l'Ubiquité, Communication et diffusion, Denoël, Paris, 1972.
- 5-Maurice Talmeyr, Comment en fabrique l'opinion, Librairie académique Didier, Paris, 1905.

*القواميس:

1-Dictionnaire des Medias, sous la direction de Francis Balle, Larousse, Paris, 1998.

2-Lexique de science politique, (Vie et Institutions Politiques), sous la direction d'Olivier Nay, Dalloz, 2 éme éd, Paris, 2011.

*الأنترنت:

www.google.com



