

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة 8 ماي 1945 -قائمة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علم الاجتماع

مطبوعة بيداغوجية في مقياس:

## الاتصال والرأي العام

موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال

من اعداد: د. محبوبي رفيق



قسم علم الاجتماع  
جامعة 8 ماي 1945 -قائمة-

السنة الجامعية: 2024-2025

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
2-1	مقدمة
3	المحور الأول: مفهوم، نشأة وتطور الرأي العام:
4	المحاضرة الأولى: نشأة وتطور المفهوم.....
14	المحاضرة الثانية: تصنيفات الرأي العام.....
19	المحاضرة الثالثة: وظائف الرأي العام.....
24	المحاضرة الرابعة: نظريات الرأي العام 1 .....
35	المحاضرة الخامسة: نظريات الرأي العام 2 .....
47	المحاضرة السادسة: نظريات الرأي العام 3 .....
58	المحور الثاني: الرأي العام؛ التجليات، عوامل التكوين والتشكل:
59	المحاضرة السابعة: تجليات الرأي العام .....
65	المحاضرة الثامنة: كيفية تشكل الرأي العام .....
70	المحاضرة التاسعة: عوامل تكوين الرأي العام .....
81	المحور الثالث: المجتمع المدني وعلاقة الرأي العام بوسائل الاتصال التقليدية والحديثة:
82	المحاضرة العاشرة: الرأي العام والمجتمع المدني .....
88	المحاضرة الحادية عشر: وسائل الاتصال التقليدية المساعدة على تكوين الرأي العام.....
94	المحاضرة الثانية عشر: وسائل الاتصال الحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام.....
109	المحور الرابع: المجتمع، الاتصال والرأي العام:
110	المحاضرة الثالثة عشر: الاتصال والرأي العام .....
118	المحاضرة الرابعة عشر: العلاقة بين نوعية المجتمع والرأي العام .....
126	المحاضرة الخامسة عشر: كفيات وطرق قياس الرأي العام .....

## فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل
50	نظرية دوامة الصمت وتشكيل الرأي العام.....

## مقدمة:

إن مسألة الرأي العام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمسألة الديمقراطية وبالعمليات التي تعززها أو تشوهها. ومفهوم الرأي العام معقد، ويشير بدوره إلى الجمهور والفضاء والإرادة. إن التفكير في الجمهور الذي يشكل الرأي هو تفكير في إنتاج مجتمع سياسي قادر على الحكم والمناقشة والمشاركة السياسية. وإلى جانب هذا البعد السياسي للجمهور، تطورت المقاربات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للجمهور، من منطلق أن الرأي العام الذي يتم استدعاؤه باستمرار، وتتبعه وقياسه بلا كلل، هو أكثر ديناميكية من كونه نتيجة كمية، يعبر عنها بالرسوم البيانية، أو غيرها من وسائل عرض وتمثيل البيانات الكمية. وإنما يمثل ظاهرة سوسيولوجية هي بمثابة فضاء للتفاعلات والعلاقات الاجتماعية.

ويشكل الرأي العام في عالمنا اليوم قوة كبيرة ومؤثرة، وذلك لأن الأحكام التي تصدرها الجماهير من الصعب التصدي لها أو التأثير فيها، وهذا ما يدفع الكثير من الجهات سواء الحكومية أم غير الحكومية إلى محاولة توجيهها بما يخدم مصالحها ويحقق أهدافها، ولما كان الإعلام أحد الوسائل والأدوات المؤثرة في أفكار الناس ومشاعرهم وفي تكوين وعيهم وتوجيهه بات دوره واضحاً في توجيه الناس نحو رأي معين عن قضية من القضايا التي تشغل العالم في وقت ما.

إن أماكن وفضاءات تشكل الرأي العام متعددة ومتداخلة؛ من المؤسسات والفضاءات والأماكن المادية للتبادلات المهمة مثل المقاهي والشوارع إلى وسائل الإعلام القديمة والجديدة. في هذا المنظور، يمثل الإعلام قضية مهمة. وسواء كان مكانه مركزياً أم لا، فمن الواضح أن الرأي العام يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنظام الإعلامي. فالرأي العام لن يتواجد إلا في ومن خلال وسائل الإعلام التي ستشكله أو توجهه بطريقتها الخاصة. والعلاقة بين الرأي ووسائل الإعلام ليست خطية. هذه العلاقة التي يتم فيها تنفيذ جزء من أجندة معينة هي أكثر تعقيداً وتستدعي التفكير والتحليل والاستعانة بعدة نظرية ومفاهيمية تحاول تفسير العلاقات المتعددة والمتداخلة بين الرأي العام والاتصال والإعلام، تلك العلاقة التي يمتاز فيها الاجتماعي بالسياسي والاقتصادي بالإضافة إلى هو تقني من خلال الوسائط الاتصالية الجديدة وفي مقدمتها وسائل

التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم محط اهتمام الكثير من الدارسين في مجال العلوم الاجتماعية والسياسية، وذلك بعد أن تبين الدور الكبير الذي تقوم به هذه المواقع في تعبئة الرأي العام وفي الكثير من الأحداث التي وقعت في العالم، وفي مقدمتها الأحداث السياسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، وخاصة تلك التي وقعت في العالم العربي، والاحتجاجات الاجتماعية التي غلب عليها طابع المشاركة الشبابية. تلك المشاركة التي كانت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز آلياتها ووسائلها في الحشد والتنظيم والتعبئة، وكذلك بسبب مميزاتها الكثيرة، خصوصا سهولة الانتشار والاستخدام وسرعة هذه الوسائل في تداول المعلومات. وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من المفاهيم المرتبطة بالرأي العام الافتراضي والمجتمع الافتراضي الذي ذاع انتشاره بشكل يستدعي الانتباه، إذ ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والرأي العام الافتراضي منذ أن أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزءا من الحياة اليومية للأفراد والجماعات.

في هذا الإطار، نحاول من خلال هذه المطبوعة الموجهة لطلبة السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال، الإحاطة بمختلف المفاهيم والنظريات المتعلقة بالرأي العام وابرار مختلف تجلياته وعوامل تكوينه وتحليل علاقته بوسائل الاعلام التقليدية والحديثة. وهو ما يسمح للطلاب باكتساب المهارات اللازمة لإدراك وفهم ظاهرة الرأي العام ومختلف أبعادها واستيعاب مختلف الأطر النظرية المفسرة لها.

وقد تضمنت المطبوعة 15 محاضرة موزعة على أربعة محاور تماشيا مع البرنامج الوزاري المقرر، حيث يتطرق المحور الأول إلى مفهوم ونشأة وتطور الرأي العام، في حين خصص المحور الثاني لتجليات وعوامل تكوين وتشكل الرأي العام. بينما تضمن المحور الثالث المجتمع المدني وعلاقة الرأي العام بوسائل الاتصال التقليدية والحديثة. وفي الأخير يتطرق الفصل الرابع للعلاقة بين المجتمع، الاتصال والرأي العام.

والشكر لله العلي القدير على توفيقه لي في انجاز هذا العمل المتواضع.

د. محبوب رفيق

## المحور الأول:

مفهوم، نشأة وتطور الرأي العام

## المحاضرة الأولى: نشأة وتطور مفهوم الرأي العام

## أولاً: نشأة وتطور المفهوم:

مع أن الرأي العام من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا مع أواخر القرن 18م، إبان حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية، إلا أنه لا يمكن القول بأن الحضارات القديمة لم تعرف المفاهيم المشابهة للرأي العام. وقد عرف اليونان المفاهيم القريبة من فكرة الرأي العام، كالاتفاق العام أو الاتجاهات السائدة وكانوا يحتفون بها أشد احتفاء حتى أنهم خلدوها في معبد البانتويون. وتحدث الرومان أيضاً عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في أواخر عهود إمبراطوريتهم إلى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب، ولعله يقترب كثيراً من اصطلاح الرأي العام في التاريخ الحديث.

وقد عرف العالم المسيحي أيضاً في العصور الوسطى عبارة الاتفاق العام أو الإجماع وهي مبنية على المفهوم الراقي لفكرة الشعور العام أو الجماعي التي كان يستعملها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المتنازع عليها.

وفي مستهل العصور الحديثة كان مكيا فيلي أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته وكثيراً ما كان يردد العبارة القائلة بأن صوت الشعب هو صوت الله، وقد عبر الشاعر الإنجليزي شكسبير بلسان هنري الرابع عن "الرأي العام الذي يساعد في الوصول إلى الحكم". ولا شك أن الحروب والمنازعات التي قامت في إنجلترا بين الملك والبرلمان قد ساعدت كثيراً على تداول معاني الرأي السائد. وقد عبر "وليم تميل" فيما نشره سنة 1672 عن طبيعة الحكومة ومصدرها إنما يرجع إلى الرأي السائد إلى الحكومة والخير والشجاعة التي يتصف بها الحاكم، أما الفيلسوف الإنجليزي جون لوك فقد اهتم بدراسة الأسس القانونية والأخلاقية للرأي العام وخاصة في مقاله الذي نشره عام 1690 بعنوان الفهم الإنساني.

وانتقلت أفكار الحرية والثورة على الطغيان من إنجلترا حيث التوترات الأهلية في القرن السابع عشر، التي كفت البلاد رأس الملك شارل الأول سنة 1649، وعرش الملك جيمس الثاني 1688 إلى أمريكا حيث اندلعت حروب الاستقلال، ثم فرنسا حيث شبت الثورة الفرنسية

التي أطاحت بالإقطاع ورأس الملك لويس السادس عشر. وقد عبر الفلاسفة الفرنسيون عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة فاختر مونتسكيو "إصلاح العقل العام" أما روسو ففضل اصطلاح آخر هو "الإرادة العامة" وكانت العبارات الألمانية مطابقة لهذه المصطلحات الفرنسية كما يبدو من لفظ *volks geest*. وفي خضم الثورة الفرنسية ظهر الاصطلاح الحديث وهو الرأي العام، وكان يتكرر كثيرا بين فلاسفة العصر ورجال السياسة والأدب، وخاصة بين أتباع الوزير Necker وهكذا يمكن القول أن مفهوم الرأي العام كان تتويجا لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية، فالعهد الأعظم الذي ظفر به الانجليز من الملك جون 1215م والبرلمان الذي اجتمع بعد صراع سيمون دي مونتفورت ضد الملك هنري الثالث 1265م. وثورة كرومويل ضد الملك شارل الأول سنة 1640م وخلع الملك جيمس الثاني 1688م، ثم انتقال شرارة الحرية إلى أمريكا حيث شبت حروب الاستقلال وإلى فرنسا حيث اندلعت الثورة الفرنسية في أواخر القرن الثامن عشر، هذه الحركات التحررية التي عجلت على إعلان صوت الشعب هي التي أدت إلى ظهور الرأي العام والاعتراف بقوته.<sup>1</sup>

واجمالا يمكن القول أن الرأي العام قد عرف تطورات عديدة وصولا إلى كتابات ميكافيلي (1469-1527) الذي اعتبره عنصرا مهما في عملية الصراع على السلطة. كما تحدث عنه جان جاك روسو بمفهوم إرادة الشعب. كما أبرز عصر التنوير والثورتين الصناعية والفرنسية قوة ودور الرأي العام. يضاف إلى ذلك دور وسائل الاتصال الجديدة وصولا للقرن العشرين بظهور الراديو والتلفزيون والسينما. ولذلك يوصف القرن 20 بقرن الرأي العام بامتياز.<sup>2</sup>

ومنذ بدأ استخدام مصطلح الرأي العام في أواخر القرن الثامن عشر في فرنسا وهناك جدل حول تعريفه ومكوناته وطرق تشكيله وشروطه، فرغم أن الرأي العام من أكثر المفاهيم شائعة الاستعمال اليوم في حقل العلوم الاجتماعية وفي لغة السياسة اليومية على حد السواء، فإنه يظل مفهوما صعب التحديد والتعريف. وهناك في الوقت الحالي اختلافات مهمة بين الباحثين حول تعريفه سببها اختلاف وجهات النظر الاجتماعية والسياسية بشأن دور الجماهير

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 57

<sup>2</sup> سناء الجبور، الاعلام والرأي العام العالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 16.

والعوامل المتدخلة في إطار العمليات السياسية ودورها بدقة في عملية تشكيله. إضافة إلى ذلك فهناك مشكلة قيمية ونسبية تتعلق بتقييم الرأي العام وتقديره، وما إذا كان صادراً عن نخبة حاكمة أو مثقفة أو جماهير الشعب، وما يرتبط ذلك من تأثير للرأي ومسار هذا التأثير والعوامل التي يتوقف عليها.

ويستخدم اليوم مفهوم الرأي العام على نطاق واسع في العلوم الإنسانية والاجتماعية ولكن من الصعب تعريفه، وهو يرتبط بعلم الاجتماع بقدر ما يتعلق بعلم النفس وعلوم الاعلام والاتصال والعلوم السياسية والعديد من التخصصات العلمية الأخرى. ويشير هذا المفهوم إلى العملية التي يتم من خلالها تشكيل جميع الأحكام الصادرة علناً بشأن موضوع معين، بالإضافة إلى مجموعات الأفراد الذين يشاركون فيها. كما يستخدم في أغلب الأحيان بصيغة المفرد، "الرأي" لتمييز مجموعات من الأفراد الذين لديهم آراء متشابهة و/أو متباينة حول مواضيع محددة.

بداية وبغرض الإحاطة بمفهوم الرأي العام يجب التفريق بين الرأي الشخصي الذي يعني التصور الذي يكونه الفرد حول موضوع معين بعد التفكير فيه، ويعبر عنه بحرية دون خوف من العواقب. والرأي الخاص الذي هو ذلك الجانب من الرأي الشخصي الذي يحتفظ به الشخص لنفسه، متجنباً الإفصاح عنه أمام الآخرين خشية التعرض للخطر، وتبرز أهميته في سياقات مثل الانتخابات والاقتراعات السرية.

ويعتبر الرأي جزءاً من نظام متكامل يبدأ بالمعلومات وينتهي بالسلوك، ويشمل مجموعة من العناصر مثل المعلومات، الآراء، الاتجاهات، القيم، المعتقدات، والسلوك. هناك تداخل بين هذه المصطلحات، ويكون من الضروري التمييز بينها لفهم المعنى الدقيق لكلمة "الرأي" في سياق الرأي العام.

ويتضح أن الرأي هو فعل من أفعال الإرادة، وبالتالي فإن الموقف تجاه الكوارث الطبيعية لا يمكن اعتباره رأياً. كما يتميز الرأي بارتباطه بالوعي، حيث يظهر عندما تُطرح قضايا أمام الفرد أو مجموعة من الأفراد، وهو ما يجعل تأثيرها يتجاوز حدود العواطف ويدخل في مجال



الوعي. هذا التجاوز هو ما يضمن ثبات الرأي ووضوحه. كما أن الرأي أكثر من مجرد انطباع وبنفس الوقت لا يصل إلى مرحلة اليقين أو الحقيقة المطلقة.

أما كلمة (عام): فأنها تشير إلى المسائل والمصالح المشتركة والشؤون التي يشترك في الاهتمام بها كل أو أغلب الأعضاء البالغين في جماعة أو أمة، وهي بذلك تتجاوز الإطار الضيق للفرد. ويصبح لها أبعاداً اجتماعية.

وقد ذهب بعض الباحثين إلى تفسير معنى كلمتي (الرأي) و(العام) المكونة لمصطلح الرأي العام وهنا سنلجأ إلى الطريقتين معاً لتوضيح هذا المفهوم ودلالته.

فهناك من وصف الرأي العام كشعور أو عاطفة إزاء موضوع معين يلقي ترحيباً وتشجيعاً لدى أكثر أعضاء الجماعة اطلاعاً وتأثيراً، ثم لا يلبث هذا الشعور أن ينتشر ويُعتنق من قبل معظم الأشخاص الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة ومتحضرة.

فيما أعتبر آخرون أن كل ما يمكن أن يحدث على عملية التفكير والتعبير عن ذلك حول قضايا المصلحة العامة يدخل في تكوين الرأي العام، وبالتالي يمثل الرأي الأكثر فعالية لأكثر عدد ممكن من المواطنين الواعين.<sup>3</sup>

### ثانياً: تعريف الرأي العام:

في هذا الإطار يلاحظ وجود اختلاف كبير في تعريف المفهوم، كما لا توجد نظرية عامة للرأي العام تفسر طرق ومختلف العوامل المتدخلة والمساهمة في تشكيله. حيث عرفه "جون ستيوارت ميل" بأنه "ما يريده المجتمع أو الجزء السائد منه". كما عرفه "كلوريدج كنج" بأنه "الرأي أو القرار الذي تصل إليه الجماعة في قضية تخص الشأن العام بعد نقاش اجتماعي علني". في حين يضيف "ويليام ألبيج" شرط أن تكون القضية ذات أهمية بالنسبة للجماعة ويتم

<sup>3</sup> غزوان جبار محمد حسين العامري، دور القنوات الفضائية في تشكيل الرأي العام تجاه الأزمات السياسية في العراق: دراسة ميدانية على جمهور النخب الأكاديمية في بغداد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2014، ص ص 60-63.

تداولها عبر وسائل الاعلام. وبذلك يعرف الرأي العام على أنه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معا ومناقشاتهم بشأن قضايا تهمهم وعادة ما تلعب وسائل الاعلام دورا محوريا في ذلك. وعلى اختلافها تتفق التعريفات في أن الرأي العام هو فكرة أو حكم يصدر عن فئة في المجتمع أو أغلبية إزاء قضية تثير الاهتمام.<sup>4</sup>

وقد أدت الاختلافات في وجهات نظر الباحثين إلى الاختلاف في تعريف الرأي العام، لذا فمن الصعب إيجاد تعريف للرأي العام بشكل محكم ودقيق، وهناك تعريفات كثيرة للرأي العام سنورد بعضاً منها.

#### ✚ تعريف دافيد ترومان للرأي العام:

يرى دافيد ب. ترومان إن الرأي العام يخص قضايا عامة، فتنثير اهتماماً خاصاً لدى أفراد العامة، ويحكم ذلك فإنه نوعي بطبيعة تشكيله، وعلى حد قوله: إن الرأي العام يتكون من آراء مجموع الأفراد الذين يمثلون العامة في نقاش، وهو لا يشتمل على الآراء كافة، التي تتمسك بها هذه المجموعة من الأفراد، ولكن فقط تلك التي تخصهم بشكل خاص، ويستتبع ذلك أن الرأي العام بالمعنى الدقيق، هو نوعي بالنسبة إلى مجموعة من الأحوال.

#### ✚ تعريف ليونارد دوب:

أما ليونارد دوب فعرف الرأي العام بأنه يعني: "اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع يشغل بالهم، بشرط أن يكون هؤلاء الناس في مستوى اجتماعي واحد". أي اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.

#### ✚ تعرف جورج مارتن:

كما عرّف جورج مارتن الرأي العام بأنه: الطريقة التي ينفعل بها الناس تجاه القضايا السياسية والاجتماعية، التي توجه إلى دائرة اهتمامهم، عن طريق وسائل الإعلام عادةً، وعلى قمة تلك القضايا الانتخابات وأمور السياسة والشؤون الداخلية والخارجية، فهو حصيلة أفكار

<sup>4</sup> صبحي عسيلة، الرأي العام، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2007، ص ص 12-18.

ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات، إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي، كأفراد وتنظيمات ونظم، والتي يمكن أن يؤثر في تشكيلها عبر عمليات الاتصال، التي قد تؤثر نسبياً أو كلياً في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي.

### تعريف إبراهيم امام:

وعرّف الدكتور إبراهيم إمام الرأي العام بأنه: الفكرة الأساس السائدة بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.

### تعريف مختار التهامي:

وعرّف الدكتور مختار التهامي الرأي العام بأنه: الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم الواعية في مدة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها النقاش والجدل وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً، فهو رأي شعوب لا رأي حكومات، وانه أصبح سمة من سمات مجتمعا الدولي المعاصر، وكلما ازداد تحرر الشعوب من الاستعمار زاد الرأي العام قوةً وتأثيراً؛ فضلاً عن ذلك، إن نطاق التعبير عن الرأي العام يتسع في الأنظمة الديمقراطية المتحررة من الأنظمة الدكتاتورية، إذ بإمكانها أن تعبر عن الرأي العام بحرية أكبر.

### تعريف معجم المصطلحات السياسية:

وعرف معجم المصطلحات السياسية (الرأي العام public opinion)، بأنه: "وجهة نظر الأغلبية تجاه قضية عامة معينة، في زمن معين، تهم الجماهير، وتكون مطروحة للنقاش والجدل، بحثاً عن حل يحقق الصالح العام" فالرأي العام لا يعني توافق آراء أعضاء الجماعة جميعهم من دون استثناء، إزاء مشكلة ما، والتضارب في الآراء، لا بُدّ أن يظلّ قائماً، نظراً لتعدد الاتجاهات والمعتقدات وتفاوت المستويات، والرأي العام في الدولة، هو الرأي المسيطر، أي رأي غالبية المواطنين تجاه مشكلة عامة مطروحة للنقاش، وإن كانت هنالك آراء متناقضة فالمهم هو تشكيل رأياً عاماً إزاء قضية ما، يُثار حولها الجدل والنقاش الجماهيري.

فالرأي العام لا يعني بالضرورة توافق الأغلبية أو الأقلية على رأي واحد، بل يصبح رأياً عاماً عندما تتقبل الأقلية وجهة نظر الأغلبية. ومع ذلك، لا يُعتبر هذا القبول نتيجة للضغط أو الخوف، بل يجب أن يكون ناتجاً عن اقتناع حقيقي. وبالتالي، ليس من الضروري أن يكون هناك إجماع، بل يتطلب الرأي العام رضا الأقلية الذي ينبع من قناعتها برأي الأغلبية. وفقاً لما أشار إليه باحثون في مجالات الاتصال والسياسة، يتشكل الرأي العام من مجموعة آراء الأفراد الذين يتواجد بينهم مستوى معين من الاتفاق المسبق، مما يعني أنه يظهر فقط في سياق من التوافق العام. لذا، ليست الأغلبية وحدها كافية، والإجماع ليس شرطاً، بل يتطلب الرأي العام قبول الأقلية برأي الأغلبية عن قناعة وليس عن خوف.

ومن جهة أخرى عرفه إسماعيل علي سعد بأنه حوصلة مواقف وأفكار ومعتقدات الأفراد والجماعات إزاء قضايا تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم والتي قد تؤثر نسبياً أو كلياً على سير الأمور والحياة العامة.

كما عرفه عبد الغفار رشاد بأنه يشير إلى التعبير الإرادي عن وجهات نظر الجماهير نتيجة النقاء كلمتها وتكامل مفاهيمها بشأن مسألة تثير اهتمامها وتمس مصالحها، وهو ليس مجموعاً حسابياً للآراء الفردية إنما هو محصلة تفاعل اكتملت حلقاته ومراحلها بين أعضاء الجماعة وانفتحت حوله كأحد البدائل المتاحة.

أما عبد القادر حاتم فقد أشار من خلال تعريفه إلى العوامل المتدخلة في تشكيل الرأي العام حيث عرفه على أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة إزاء مسألة مهمة، وينتج هذا الرأي عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد جماعة كبيرة، وأنه يتشكل من خلال عناصر متداخلة تتفاعل فيما بينها وهي أفراد المجتمع والموروث الثقافي والقيم والمعتقدات والعادات والاتجاهات والمعرفة والدين والمؤسسات الاجتماعية والأحداث الكبرى.

وعلى صعيد آخر، يرى صبحي عسيلة أن كلمة "عام" لا تعني الإجماع، ولكن المقصود منها جماعة من عامة الشعب، فالإجماع لا يشير إلى الرأي العام، وإنما يرتبط بمسائل التقاليد والقوانين والمعايير والقواعد التي تنظم السلوك وغيرها من مظاهر لا تنشأ بشأنها خلافات في

وجهات النظر، أي أن الاجماع يختلف عن الرأي العام. ولهذا يحدد مختار التهامي مفهوم الرأي العام في "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس مصالح هذه الأغلبية، أو يشغل بالها ويحتدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة".<sup>5</sup>

### ثالثاً: أهم خصائص الرأي العام:

من خلال ما سبق يمكن استخلاص أهم خصائص الرأي العام والمتمثلة في:<sup>6</sup>

- 1- الرأي العام موقف اختياري يتخذه الانسان إزاء قضية مثيرة للجدل. وهو ليس برأي خاص، لأنه لا يقتصر على فرد واحد. فالرأي الخاص هو رأي الفرد في مسألة تخصه وحده ولا تتعداه، أما الرأي العام فيتصل بالمجتمع ككل، وينبع منه ويتعلق بمشكلة عامة تتعدد بشأنها وجهات النظر والمناقشات. ويعبر بذلك عن موقف مشترك، يشترك فيه أو يتفق عليه أغلب أعضاء المجتمع. وبالتالي فإن الرأي، ولو كان خاصاً أي يرتبط بمسألة خاصة كتنظيم النسل وغيرها، متى انتشر في المجتمع وتبناه أغلب أفرادها أو على الأقل جزء كبير منهم، يصبح هذا الرأي رأياً عاماً بحكم هذا الانتشار.
- 2- أن يكون ظاهراً، فشرط الرأي العام هو التعبير عنه. فهو يقتضي عنصر العلانية، وبدونها لا تنطبق عليه صفة العمومية.
- 3- يتصف بالديناميكية والحركة، أي أنه استجابة لمعطيات الحياة المتنوعة، فهو بذلك يختلف عن العقائد التي تتصف بالثبات والاستقرار.
- 4- الرأي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال متبادل بين العديد من الجماعات والأفراد في المجتمع، ويشترط وجوده اتفاقاً موضوعياً كما يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي العام.
- 5- يستمد الرأي العام شكله من الإطار الاجتماعي الذي يتحرك بداخله.

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص ص 12-18.

<sup>6</sup> غزوان جبار محمد حسين العامري، مرجع سبق ذكره، ص ص 60-63.

6- إن الرأي العام يمثل آراء جمع كبير من الأفراد، وأن هذه الآراء تتصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام، وإن هذه الآراء لا تمارس تأثيراً على سلوك الأفراد والجماعات السياسية الحكومية.

7- أن صفة العمومية في إطار الرأي العام لا تتعارض بأي حال من الأحوال مع احتمال وجود آراء معاضة تخالف الرأي العام مادامت لا تصل في اتساع الاتفاق عليها أو المشاركة فيها إلى مستوى الشمول الذي يبلغه الرأي العام. وتقسم

وتعدد تعريفات الرأي العام على النحو المشار إليه سابقاً والتي تعكس مدى الغموض والتعقيد الذي يحيط بالمفهوم، تفرض ضرورة التحديد الدقيق له وتمييزه عن بعض المفاهيم المشابهة على غرار العادات والتقاليد والاتجاهات والسلوك التي تقترب منه وتتقاطع معه في كثير من الأحيان، كما يتم الخلط بينها لدى العامة والمنقذين على حد سواء. وهو ما يستدعي التفريق بينها وتمييزها.

تعتبر العادات عن أنماط من السلوك الاجتماعي وتنتقل من جيل إلى جيل وتستمر فترة طويلة حتى تثبت وتستقر. وتعد العادة قاعدة اجتماعية تكونت على مر الزمن واكتسبت قبول الرأي العام وتقديسه. أما التقاليد فهي عبارة عن ذكريات الماضي والتجارب التي مرت بالجماعة في ماضيها. وتأسيساً على ذلك فالعادات والتقاليد تتمتع بثبات نسبي عن الرأي العام، ومن ثم يمكن القول أن العادات والتقاليد من بين العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام، ولكنهما يختلفان عن الرأي العام من حيث الطبيعة والخصائص.

كما يختلف الرأي العام عن الاتجاه والحكم والسلوك، من منطلق أن الاتجاه يعبر عن حالة افتراضية من الاستعداد لدى الفرد ولا يمكن ملاحظته بطريقة مباشرة. وله وظيفة توجيه استجابة الفرد في كل المواقف والأشياء التي ترتبط بهذا الاستعداد. ولا يجب الخلط بين الاتجاه والرأي العام بالرغم من العلاقة الوثيقة بينهما، إذ يعد الاتجاه المصدر الحقيقي للرأي، أي أن الرأي قد يقوم جزئياً على الاتجاه ويرتبط به، لكن لا يعني ذلك أن الرأي يصبح مرادفاً للاتجاه. إضافة إلى ذلك فإن تكرار ملاحظة رأي ما قد ينبئ بوجود اتجاه معين، ومن ثمة لا يمكن

الحديث في لحظة معينة عن اتجاه ولكن يمكن الحديث عن رأي في تلك اللحظة قد يتحول إلى اتجاه مع تكرار التعبير عنه لفترات طويلة، فالرأي يختلف عن الاتجاه باعتباره وجهة نظر معبر عنها.

أما الحكم الذي يصدره الفرد فإنه على عكس الرأي لا يفترض تعبيراً أو إعلاناً بالضرورة، بل وقد يصل الفرد إلى حكم يحتفظ به لنفسه بينما يعبر عن رأي مخالف لهذا الحكم، فالحكم لا يفترض التعبير الخارجي، كما أنه يفترض حدوث تحليل أكثر تعمقا مما يتطلبه الرأي.

أما السلوك فهو التصرف كرد فعل لمنبه، أي الاستجابة لمثير أو لموقف يواجهه الفرد، أي أن السلوك قد يأخذ شكلا يعبر عن وجهة نظر ما، لكنه يتسع ليشمل مجموعة الوقائع المادية التي تصدر عن الفرد بوجه عام. ومرة أخرى فإن السلوك لا يعبر بالضرورة عن رأي الفرد - فقد يضطر الفرد إلى القيام بسلوك معين لا يتفق مع رأيه، بل إن بعض الأفراد يعتمدون للتصرف والقيام بسلوكات تخالف آراءهم في بعض الأحيان. بعبارة أخرى فالرأي العام هو نوع من السلوك طالما تم الاعلان عنه، لأن السلوك هو اتجاه تحقق وبرز، والاتجاه سلوك مازال في مرحلة التكوين.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> صبحي عسيلة، مرجع سبق ذكره، ص ص 18-20.

## أولاً: أنواع الرأي العام:

اختلف الباحثون في الرأي العام، فمنهم من رأي أنه ثلاثة أنواع على النحو الآتي:

1. الرأي العام الكلي.

2. الرأي العام المؤقت.

3. الرأي العام اليومي.

فالأول يتصل اتصالاً قوياً بالدين، والاخلاق العامة، والعادات، والتقاليد الموروثة، وغيرها من الأشياء الثابتة في الأمة، ولذا يمتاز هذا النوع بالثبات، ويشترك فيه السواد الأعظم من الناس.

والثاني هو ما تمثله الأحزاب السياسية، والهيئات العامة والخاصة؛ وذلك عندما تسعى لتحقيق هدف معين في وقت معين.

والثالث هو النوع المتقلب وعليه تعيش الصحف اليومية، والإذاعة ونحو ذلك.

ومن الباحثين من يرى في الرأي العام كذلك أنه أربعة أنواع:

1. رأي الاغلبية أو الأقلية.

2. رأي الاقلية مجتمعة.

3. الرأي الساحق.

4. الرأي الجامع.

فالأول هو رأي الجماعة حين تنقسم إلى هذين القسمين: أغلبية، وأقلية. وقد تتحول الأولى إلى الثانية، وقد يحدث العكس "ومن أجل هذا كان لرأي الأقلية وزن كبير في الأمة، وذلك أن أصحاب الأقلية إنما يعتمدون على بذل الجهود الكثيرة في سبيل الوصول إلى الأغلبية، وبهذه الجهود تنتفع الأمة.



والثاني هو رأي الأقليات الكثيرة حين تتفق أحياناً على رأي معين في ظرف معين = ولههدف معين، ولكن قد يفضي هذا النوع من الرأي بالأمة إلى التحول السريع من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار، ومن أجله قد تسقط حكومة، وتتعقبها أخرى، ويستمر الحال على ذلك حتى تتمكن إحدى الأقليات من أن تصبح أغلبية.

وأما الثالث فكثيراً ما يكون نتيجة لاندفاع الشعب، أو نتيجة لتكاسله في بحث المشكلات العامة، والشعب إذا وصل إلى الرأي الساحق عن طريق البحث أو الدرس فإنه يكون في مثل هذه الحالة بلغ الذروة، ولكنه في الواقع قلما يصل إلى ذلك.

والرابع هو رأي تجمع عليه الأمة، ولا يكون ذلك في الاعم الاغلب إلا في الامور التي ترتكز على ماضي هذه الأمة، وما ورثته من عادات، ونزعات، ومعتقدات. وهذا الرأي هو ما سميناه من قبل بالاتجاه العام، أو النزعة العامة، وهو شيء لا يناقش في العادة، وإذا تعرض أحد لمناقشته عرض نفسه للخطر المحقق.

ومع هذا وذلك ففي استطاعة عدد قليل من القادة في كل أمة أن يقنعوا أمتهم بفساد جزء من أجزاء هذا الرأي الجامع، بشرط ألا يمس هذا الجزء أصلاً من أصول الدين أو العقيدة، فمن الممكن مثلاً أن ينادي مصلح من المصلحين في أمريكا بفساد الفكرة القائمة بالتمييز بين السود والبيض، وإن كان ذلك يحتاج من مثله إلى صبر طويل. وكفاح مرير، وعمل متواصل. فعلى الطالب دائماً أن يعرف كيف يفرق بين هذه الانواع للرأي العام، وعليه أن يفرق بين ما سميناه بالرأي العام، والاتجاه العام، فبهذه التفرقة يتمكن تفسير الحوادث التي تجرى في المجتمع<sup>1</sup>.

وهناك من قسم أنواع الرأي العام إلى (12) قسم وفقاً للتصنيف التالي:

1- الرأي العام وفقاً للموقع الجغرافي والانتشار: (وطني / قومي / محلي / إقليمي / عالمي / نوعي)

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، جمهورية مصر العربية، 1998، ص ص 24-

- رأي عام وطني أو قومي: يقصد به الرأي العام المنتشر في قطر من الأقطار، لتمييز هذا النوع بعدد من النقاط، بالإضافة إلى التجانس، بالرغم من الخلافات الداخلية التي قد تصل إلى حد الصراع بين الأحزاب السياسية. مع إمكانية التنبؤ بردود الأفعال، بفضل أجهزة الدولة أو أي أجهزة أخرى للجماعات السياسية. ويهتم بمعالجة المشاكل التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد، حيث أصبح هذا النوع سمة من سمات المجتمع الدولي الذي يسود جميع الشعوب في فترة معينه نحو قضية معينه يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح تلك الشعوب وقيمها.

- رأي عام محلي: رأي يعكس وجهات نظر الجماهير في نطاق معين، فهو الرأي العام المنتشر في مكان محدود جغرافياً لبلدة أو مدينة معينة.

- رأي عام اقليمي: فهو الرأي العام السائد بين مجموعة من المجموعات المتجاورة مثل: مجموعة الدول العربية - دول الاتحاد الأوربي - دول الساحل والصحراء - دول المغرب العربي... بسبب قضية يحتدم فيها الجدل في فترة معينة وتمس مصالح تلك المجموعات وقيمها.

#### من مقومات هذا النوع:

- المصالح المشتركة بين تلك الشعوب.

- الارتباطات التاريخية.

- تقارب العادات والتقاليد الثقافية.

- تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

#### - رأي عام عالمي:

وهو الرأي العام المنتشر على مستوى المجتمع الدولي وتعتبر عنه الجمعيات والمنظمات الدولية (منظمة الهلال الأحمر - الجمعية العمومية للأمم المتحدة - النقابات المهنية العالمية) نسبة للاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد حول قضية معينه يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب وقيمها.

- رأي عام نوعي: يقصد به الرأي العام الذي يسود بين جماعة أو طائفة أو فئة معينة،

حول قضية يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح وقيم تلك الجماعة أو الطائفة بصورة مباشرة.

## 2- تصنيف الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن من حيث الاستمرار والتغيير: ينقسم هذا النوع

من أنواع الرأي العام إلى (3) أقسام رئيسية (مستمر / مؤقت / يومي) تتمثل في التالي:

=**رأي عام دائم (مستمر):** ينشأ بسبب مجموعة من العوامل الحضارية أو الثقافية، ويعد الدين والعادات والتقاليد أهم عناصره من خلال المشاعر والاحاسيس للجماهير، فيكون الرأي العام سريعاً بسبب الشائعات وحملات الدعاية المضادة؛ مثال لذلك موقف المسلمين من المحرمات وموقف النصارى من تعدد الزوجات.

=**رأي عام مؤقت:** يرتكز انتشار هذا النوع من أنواع الرأي العام عوامل زمانية ومكانية

تتمثل في المنظمات الدولية والهيئات الحكومية والأحزاب السياسية ذات البرامج المحددة وينتهي هذا النوع بانتهاء تغيير احد العوامل - مثال لذلك موقف الناخبين من مرشح معين في الدول الديمقراطية إذ ينتهي الحدث بانتهاء الانتخابات.

=**رأي عام يومي:** يتمثل هذا النوع في وسائل الإعلام بالدعاية وإطلاق الشائعات بسبب مس مصالح الناس ومثال لذلك موقف الجماهير من ارتفاع الأسعار أو تكاليف المعيشة.

## 3- الرأي العام وفقاً للطبيعة: حيث يصنف إلى (قائد / مستنير / منقاد).

**رأي عام قائد:** يمثل هذا النوع صفة المجتمع (نخبه) من المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء وزعماء الأحزاب وذلك لعدم تأثرهم بوسائل الإعلام وما تطلقه من شائعات.

**رأي عام منقاد:** يقصد به السواد الأعظم من المجتمع الذين يمثلون شريحة الأميين للذين نالوا حظاً ضئيلاً من التعليم والثقافة لتأثرهم بما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من (صحف / إذاعات مسموعة / إذاعات مرئية) من دون التفكير فيما ينشر أو يذاع عبر هذه المحطات الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع.

**رأي عام مستنير (مثقفين):** يمثل هذا النوع المتعلمون في المجتمع لتأثيرهم في من حولهم وأقل منهم تعليماً.

## 4- الرأي العام وفقاً لأماكن التعبير في الحركة والجمود:

-**رأي كامن:** أي غير معلن يظهر عند حدوث مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف معين،

ويتخذ من أحاسيس الناس ومشاعرهم حول تحقيق قضية معينة مثل تحقيق اتفاقيات السلام وإنهاء الحرب في بلد من البلدان بين الأطراف المتنازعة.

-رأي ظاهر فعلي: يهتم هذا النوع بإثارة القضايا المرتبطة بالمصالح اليومية للناس ويكون مصاحب لكل أنواع الرأي العام وذلك لتوفر مناخ حرية التعبير عن الرأي العام فكل شخص لا يخشى ما يقول في الشارع العام أو وسائل الإعلام.

#### 5- الرأي العام وفقاً لحجم المقتنعين به:

رأي عام ساحق: يقصد به رأي الأكثرية الساحقة للتعبير عن الرضا عند الوصول لاتخاذ قرار حول قضية من القضايا.

رأي الأغلبية: رأي يمثله ما يزيد عن نصف الجماعة فقد يكون هذا النوع أحياناً مضللاً بحذف الحقائق أو يتم عن طريق الدعاية التي يقوم بها القادة الزعماء.

رأي الأقلية: يقصد به النقيض لرأي الأغلبية إذ تمثله قلة من الجماعة.

رأي جامع (ائتلافي): يتكون هذا النوع نتيجة لآراء بعض الأقليات في أي مجتمع تحت ضغط ظروف معينة. يتطلب هذا الائتلاف وجود ظروف طارئة ومتى ما زالت الظروف العارضة ذهب الرأي العام معها وانتهت مهمته. أي هو الذي يمثل الإطار المشترك في القيم والمفاهيم الأساسية للمجتمع ويسمح بظهور الرأي الشخصي للأفراد.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص ص 20-23.

**وظائف الرأي العام:**

تكمن أهمية وظائف الرأي العام في عدة نقاط، أبرزها حرص الأنظمة السياسية المختلفة على فهم الرأي العام ودوره في القضايا الحيوية التي تتعلق بمصلحة الأوطان وأمنها وسلامتها. يلعب الرأي العام دورًا بارزًا في استكشاف وجهات نظر الأفراد. وعند الحديث عن "وظيفة" الرأي العام، يُقصد بها مجموعة الأنشطة المرتبطة بعلاقة الرأي العام بالنظام السياسي وما يتصل به من مؤسسات وجمعيات وأفراد، بالإضافة إلى الأهداف والمقاصد التي يمثلها. يمكن تلخيص وظائف الرأي العام في النقاط التالية:

**1- الوظيفة الاجتماعية للرأي العام:**

**أ- وظيفة الرقابة الاجتماعية:** تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق وعادات المجتمع لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تنتافي وأوامر الشرع وحرمات الناس، بل ويفرض الرأي العام على الغرباء نفسه حينما يعيشون تحت مظلة هذا المجتمع. ومن خلال هذا يحافظ الرأي العام على المثل والقيم الأخلاقية في المجتمع فهو الذي يوجه تيار اللوم والتحفيز تارة والتكريم والتشريف تارة أخرى حسبما يكون المسلك متفقا عليه أو غير متفق عليه.

**ب- تطوير الحياة الاجتماعية:** حيث أن تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية له والتي تظهر في قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما يحتاج منها إلى علاج وهو ما يحدث غالبا تحت ضغط الرأي العام. 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 لرضاء الرأي العام ومساندته ليحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها وتوقفت عن العمل، بل لا تتجح من دون مساندته.

**ت-التعبئة الاجتماعية:** مثل إصدار 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 الشائعات من خلال سياسة عرض الحقائق يخلق تأييداً.

**ث-وظيفة الضبط الاجتماعي:** يعتبر الرأي العام أداة فعالة لضبط السلوك الاجتماعي والامتثال للنظم الاجتماعية، حيث يتسم بمعايير وعادات وتقاليد محددة. يساهم الرأي العام في تحديد أو تجديد أو إلغاء المعايير الاجتماعية، كما يساهم في وضع القوانين والدساتير. يعكس الرأي العام أيضاً رغبات الجمهور ويشكل قوة كبيرة تصدر أحكاماً فورية على السلوكيات التي تنتهك المعايير الاجتماعية والأخلاقية أو التقاليد أو القوانين. من جهة أخرى، يدعم الرأي العام الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية، حيث أن غياب هذا الدعم قد يؤدي إلى توقف نشاطها. تخضع جميع هذه الهيئات والجمعيات والتشكيلات نفسها دائماً لاختبار الرأي العام، وتسعى جاهدة لكسب تأييده.

**ج-رعاية المثل الاجتماعية:** يتبنى الرأي العام القيم الاجتماعية، ويشارك في ذلك المؤسسات الاجتماعية. بالإضافة إلى العادات والتقاليد التي التزم بها الشعب عبر العصور والأجيال.

**ح-إذكاء الروح المعنوية:** يساهم الرأي العام في تعزيز الروح المعنوية وتحفيزها تجاه القضايا الهامة، حيث ينشط اهتمام أفراد المجتمع ويحولهم إلى قوة متماسكة تدعم القضايا العامة في بيئة آمنة من الناحية الاقتصادية والصحية والنفسية، مما يضيف على الأجواء الاجتماعية قسط من الحرية والديمقراطية.<sup>1</sup>

#### خ-التعبئة الاجتماعية الجماهيرية:

تتمثل هذه العملية في تحفيز الرأي العام وإعداده لتقبل تغييرات معينة أو لإصدار أو تعديل قوانين جديدة. تعتبر هذه التعبئة ضرورية لضمان نجاح عملية تقبل التغيير. إن عدم

<sup>1</sup> عاطف عدلي العيد ونهى عاطف عدلي العيد، الرأي العام والفضائيات -دراسة في ترتيب الأولويات-، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص ص 44-46.

تعبئة الرأي العام لكسب الدعم قد يؤدي إلى نتائج غير مرضية لصانعي القرار، وقد ينتج عن ذلك شعور بالاستياء والسخط الشعبي، مما يضعف الثقة المتبادلة بين الإدارة العامة والجمهور. يمكن أن تتم التعبئة والإعداد من خلال برامج حوارية مباشرة على الإذاعة أو التلفزيون، أو من خلال المقالات، استطلاعات الرأي عبر الإنترنت، الندوات، المحاضرات، وملتقيات الفكر.

## 2- الوظيفة القانونية من خلال سن القوانين أو إلغائها:

عند إصدار أو سن القوانين، من الضروري التمهيد لذلك من خلال وسائل الإعلام المتنوعة، لكي يتعرف الجمهور على مدى توافق هذه القوانين مع المصلحة العامة. يُعتبر هذا الأمر أساسياً لنجاح القوانين، حيث إن الرأي العام له تأثير أكبر من القوانين نفسها. لذا، لا يكفي أن يوافق البرلمان فقط على هذه القوانين، بل يجب أيضاً أخذ رأي الجمهور بعين الاعتبار في هذه الحالات.

## 3- الوظيفة الأخلاقية من خلال تعزيز الأخلاق وتحسين الذوق الإنساني:

يساهم الرأي العام الراض لأحدى المظاهر الشاذة في المجتمع في خلق بيئة تدفع نحو طرد هذه الظواهر ومكافحتها اجتماعياً، مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم من المجتمع. هذا قد يساهم في تغيير سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو دفعهم للتخلي عنها، نظراً لتعارضها مع قيم المجتمع التي يحميها الرأي العام ويعمل على الدفاع عنها. مثال على ذلك هو تصدي الرأي العام العالمي لظاهرة عبادة الشيطان، حيث تم نبذها بقوة من قبل المجتمع.

## 4- الوظيفة الاقتصادية:

يعمل موظفو العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والصناعية والاستثمارية على جذب الرأي العام وكسب تأييده بطرق متنوعة، بهدف الترويج لمنتجات معينة أو معرفة آراء العملاء والجمهور حول سلعة أو خدمة معينة. وتعتبر هذه الأنشطة جزءاً من فعاليات الرأي العام، الذي يلعب دوراً مهماً في التأثير على الاقتصاد وتنشيطه.

## 5- الوظيفة السياسية للرأي العام:

يؤثر الرأي العام بشكل كبير على اتخاذ القرارات السياسية، حيث يمثل ممثلو الشعب ناخبهم ويعبرون عن آراء جماهيرية تحدد مدى الموافقة أو الرفض للعديد من القرارات والآراء المطروحة. يُعتبر الرأي العام قوة سياسية فعالة تلعب دوراً حيوياً في تحديد طبيعة العلاقات بين الحكام والمحكومين. في هذا السياق، يمارس الرأي العام مجموعة من الوظائف السياسية، وأهمها تحديد طبيعة الممارسات السياسية. كما يعد إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية.<sup>2</sup> ويتجلى دور الرأي العام في عدة وظائف، منها:<sup>3</sup>

أ-التأثير على القرار السياسي: من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تتبنى على الرأي العام.

ب-التأثير على الانتخابات: تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام ويمارسون السلطة في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

ت-التأثير على الحكم: من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين.

ث-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 الناس للمشاركة في الوضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في خلق رأي عام مساهم ومتفاهم ومشارك معها.

ج-تحديد ملامح السياسة الخارجية: حيث أن له دور هام في هذا، من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة، حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لابد والى حدود معينة أن تأخذ في اعتبارها رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 58-59.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 59.



ح-التحديث السياسي: أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية.

خ-إصدار القوانين والتصديق عليها: حيث أن القوانين ماهي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهيئة الأذهان لها ومحاولة التأكد من وعي الرأي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها، كما حدث في مصر عام 1977 عندما قررت الحكومة رفع الأسعار واضطرت بعد ذلك إلى خفضها إلى ما كانت عليه نتيجة لعصبية الرأي العام، فهذا يؤكد على مدى قوته لإلغاء القوانين.

## نظريات الرأي العام:

## تمهيد:

تحظى مسألة الرأي باهتمام العديد من التخصصات (الفلسفة وعلم الاجتماع والعلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال) التي تسعى إلى كشف سر تكوينه وتحليل مظاهره الرئيسية. إن إغراءات تجسيده عديدة (لوسائل الإعلام واستطلاعات الرأي والمؤسسات والسياسيين) وتذكرنا بضرورة فهم الرأي العام، كظاهرة معقدة وصعبة الفهم، ومكونة من كيانات متعددة ومعقدة في كثير من الأحيان أو حتى من مواقف متضاربة في أحيان أخرى. الهدف هنا هو تحديد ما إذا كان الرأي العام يمكن استيعابه في مجموعة أو ما إذا كان يمثل فقط مجموعة من الآراء المتنوعة للغاية وغير المترابطة.

وقد تناول عدد معين من الدراسات لأول مرة مسألة الرأي العام من وجهة نظر تاريخية كنتيجة طبيعية للمناقشات حول تطور الفضاء العام في القرن الثامن عشر على غرار يورغن هابرماس. أين ينشأ الرأي العام من تطور البرجوازية، بفضل المناقشات "العقلانية" التي تجريها في الفضاء العام، وسيفضل، منذ عصر التنوير، الاعتراف بالحريات الفردية من خلال التعبير عن وجهات نظر متنوعة. كما أدى ظهور الصحافة ووسائل الإعلام إلى تغيير أطر التحليل: حيث لم تعد السيطرة على السلطة تنطوي على السيطرة على أماكن التعبير، بل السيطرة على الجماهير من خلال الأساليب المتعلقة بعلم النفس الاجتماعي. في هذا السياق، يصبح فهم ومعرفة الرأي العام بشكل أفضل أمراً ضرورياً: فالأمر يتعلق بتفسير تشكيل مجموعات الآراء حول القضايا السياسية بالإضافة إلى تأثيرها على نطاق أوسع.

## أولاً: محاولة رصد وفهم مجموعات الرأي من خلال استطلاعات الرأي:

كان موضوع بناء الرأي الإعلامي هذا في قلب عمل برنارد بيرلسون وبول لازارسفيلد (بمساعدة كاتز لاحقاً)، اللذين اهتمتا بتأثير وسائل الإعلام على تكوين الآراء، سواء في مجال الاستهلاك أو في المجال الانتخابي. حيث اعتمدت دراستهم الأكثر شهرة على مسح تم إجراؤه في مدينة ديكاتور في 1945-1946 حول اتخاذ القرار فيما يتعلق بالمشتريات والأزياء

واختيار الأفلام عند الذهاب إلى السينما. ومن خلال التوزيع الضخم للاستبيان على السكان، كان هدفهم هو فهم كيفية تأثير الأفراد على بعضهم البعض ودور العلاقات الوسيطة في تكوين الرأي. وقد أظهر هذا العمل أهمية الوسطاء وقادة الرأي الذين يشاركون في تشكيل شبكة من العلاقات الاجتماعية الهادفة بين وسائل الإعلام والرأي العام. بعبارة أخرى، قد يعتمد بعض الناخبين على أعضاء من حاشيتهم، الأكثر اطلاعاً والأكثر كفاءة، لتوجيه خياراتهم السياسية. ثم نتحدث بعد ذلك عن "نظرية التأثيرات المحدودة" لوسائل الإعلام، والتي تتميز بنموذج تدفق الاتصال الشهير المكون من خطوتين. في هذا النموذج، الذي يسعى إلى تفكيك الاعتقاد بالتأثير المباشر على الجمهور، ستحدث وسائل الإعلام قبل كل شيء إلى رؤساء الشبكات (المستوى الأول) الذين سيصبحون بعد ذلك معايير في عملية بناء التفضيلات الفردية (المستوى الثاني).

وقد تعرض هذا النموذج والدراسة التي مكنت من تطويره لانتقادات واسعة النطاق، لا سيما بسبب المنهج المتبع وتظيرهما الضعيف. ومع أخذ ذلك في الاعتبار، حاولت الدراسات الثقافية بعد ذلك التركيز ليس على ما يحدث في رأس المشاهد أثناء الممارسة الإعلامية، بل على نطاق أوسع على عملية التلقي، أي على تكوين مجموعات من المتفرجين الناتجة عن استقبال وسائل الإعلام. محتوى. سيتم "تشفير" المعلومات بواسطة الوسائط ثم "فك تشفيرها" بواسطة المتلقي في سياقها الاجتماعي، ومن ثم يتم تشكيل الرأي العام في وقت فك التشفير هذا، خاصة في المحادثات حول البرامج التلفزيونية التي تشكل إحدى حلقات بناء الرأي العام التي كثيراً ما نهملها.

وسنحاول هنا عرض أهم النظريات العلمية التي حاولت تفسير تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام بصفة عامة.

## ثانياً: نظرية حارس البوابة:

## 1- تاريخ وأصول نظرية حراسة البوابة:

من خلال أعماله في مجال علم النفس الاجتماعي المخصصة لعمليات صنع القرار في الأسر الأمريكية في الأربعينيات من القرن العشرين سلط كيرت لوين الضوء على أهمية الأمهات كحارسات على البوابة ويقرن الطعام الذي يمكن تقديمه للأسرة. وقام أحد طلابه، ديفيد وايت، بتطبيق النموذج على مكاتب تحرير الصحف، مسلطاً الضوء على الدور الحاسم الذي يلعبه الشخص المسؤول عن اختيار تقارير وكالات الأنباء التي يمكن أن تؤدي إلى إنشاء مقال، الدراسة التي نشرت عام 1950 تحلل عمل هذا الصحفي («السيد جيتس») على مدى أسبوع. يخلص وايت إلى أن حكمه الشخصي يلعب دوراً حاسماً (على سبيل المثال رفض المعلومات الموجهة جداً نحو اليسار في هذه الحالة)، ولكن قبل كل شيء يلجأ إلى القيم المهنية غير الواضحة جداً (مثل الجودة الرديئة الكتابة، وعدم دقة المعلومات، وما إلى ذلك) أو التفسيرات المادية (ضيق المساحة). لقد حظيت استعارة حارس البوابة بنجاح كبير في الدراسات الإعلامية لأنها تشير إلى قوة كبيرة في أيدي الصحفيين (وهو ما لم تثبته أبحاث وايت). إن تركيز دراسات حراسة البوابة على العمل المكتبي للصحفيين يؤدي إلى تجنب مسألة العمل الصحفي المتمثل في بناء المعلومات من ناحية (البواب هو من يختار المعلومات فقط) ومن ناحية أخرى البعد التنظيمي لهذا العمل.

ونشأت نظرية حراسة البوابة في أوائل الستينيات عندما بدأ عالم الاجتماع بارني ج. جلاسر وزملاؤه في دراسة كيفية اختيار علماء الاجتماع لنتائج الأبحاث التي سيتم نشرها في المجلات الأكاديمية. ووجدوا أن محرري هذه المجلات لديهم سيطرة كبيرة على ما يُنشر وما لا يُنشر، ويعملون بشكل فعال كحراس بوابة للمجتمع العلمي. أدى هذا إلى تطوير مفهوم حراسة البوابة، والذي يشير إلى العملية التي يعمل من خلالها الأفراد أو المجموعات كمرشحات أو حواجز أمام الوصول أو القبول.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي ويليى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص ص

ومنذ ذلك الحين تم تطبيق مصطلح "مراقبة البوابة" خارج سياقه الأصلي للنشر الأكاديمي ليشمل مجالات مختلفة مثل الإعلام والسياسة والرعاية الصحية. في كل مجال، يلعب حراس البوابة أدوارًا حاسمة في تحديد من يمكنه الوصول إلى الموارد أو المعلومات أو السلطة. لقد تشكل تاريخ وتطور نظرية حراسة البوابة من خلال عوامل عديدة، بما في ذلك التغيرات في التكنولوجيا، والتحول في القيم الثقافية، والمخاوف المتزايدة بشأن عدم المساواة والإقصاء.

وكان كيرت ليوين يدرك أن نمودجه يتعدى قرارات انتقال الطعام عبر القنوات إلى انتقال عناصر الأخبار من خلال قنوات الاتصال في المجموعات. ويرى كيرت ليوين أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما اذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد ادخال تعديلات عليها، ويصبح نفود من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.<sup>2</sup>

## 2- المفاهيم الأساسية في نظرية حراسة البوابة:

تشمل المفاهيم الأساسية في نظرية حراسة البوابة ما يلي:

أ- **حراس البوابات الأساسيون والثانويون:** حراس البوابات الأساسيون هم أولئك الذين لديهم سيطرة مباشرة على تدفق المعلومات إلى الجمهور، مثل محرري المنافذ الإخبارية الكبرى أو مديري القنوات لشبكات التلفزيون. حراس البوابات الثانويون هم أفراد أو منظمات تؤثر على المعلومات المقدمة للجمهور ولكن ليس لديهم سيطرة مباشرة عليها، مثل مجموعات التركيز أو شركات أبحاث السوق.

<sup>2</sup> عزام أبو الحمام، نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الرابع، ديسمبر 2017، ص ص 265-292.

**ب-نظرية وضع الأجندة:** تشير هذه النظرية إلى أن النخب الإعلامية (حراس البوابة الأساسيين) هي التي تحدد القضايا التي تغطيها وسائل الإعلام وكيفية تأطيرها. وهذا يؤثر على الأجندة العامة ويشكل تصورهم للواقع.

**ت-نظرية الوصول:** تقول هذه النظرية إن بعض المجموعات أو الأفراد قد يكون لديهم إمكانية الوصول إلى وسائل الإعلام أكثر من غيرهم بسبب عوامل مثل الثروة أو السلطة أو الوضع الاجتماعي. وهذا يمكن أن يؤدي إلى تمثيل غير متساو لوجهات النظر ووجهات النظر المختلفة في وسائل الإعلام.<sup>3</sup>

### 3-أنواع حراس البوابة وأدوارهم:

تشير نظرية حراسة البوابة إلى أن الأفراد أو المجموعات التي تتحكم في الوصول إلى المعلومات تُعرف باسم حراس البوابة. يلعب حراس البوابات هؤلاء دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام من خلال التحكم في المعلومات التي يمكن لعامة الناس الوصول إليها. هناك عدة أنواع من حراس البوابة تم تحديدهم في هذه النظرية، بما في ذلك:

**(أ) حراس البوابة الأساسيون:** وهم المصادر الأصلية للمعلومات، مثل الوكالات الحكومية والمؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإخبارية. لديهم القدرة على اختيار المعلومات التي سيتم نشرها للجمهور.

**(ب) حراس البوابات الثانويون:** يشملون الأفراد الذين يقومون بتصفية المعلومات وتفسيرها قبل وصولها إلى الجمهور. تشمل الأمثلة مراجعي الكتب، ومحرري المجلات، ومضيفي البرامج الحوارية. يمكنهم التأثير على كيفية إدراك الناس للمعلومات من خلال تأطيرها بطريقة معينة.

**(ت) حراس البوابات من الدرجة الثالثة:** وهم مواطنون عاديون يشاركون المعلومات مع الآخرين عبر الشبكات الاجتماعية. قد لا يكونون على دراية بدورهم كحراس بوابة، ولكن لا يزال لديهم القدرة على تشكيل الرأي العام من خلال مشاركة أجزاء معينة من المعلومات مع الآخرين.

وبشكل عام يُوصف كل من له وظيفة التوجيه والرقابة والضبط والتأثير على الخطاب بحارس البوابة، ويشمل ذلك كل من الإعلاميين، أصحاب العمل، الهياكل التنظيمية، تنظيم

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي ونبلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 268-269.

المؤسسة الإعلامية، الضغط الخارجي، الأيديولوجيا، والمجتمع نفسه.<sup>4</sup> ويلعب حراس البوابات دورًا حاسمًا في تحديد المعلومات المتاحة للاستهلاك العام. ومن خلال التحكم في الوصول إلى المعلومات، يمكنهم تشكيل الآراء والتأثير على السلوك. لذلك من الضروري فهم الأنواع المختلفة لحراس البوابات وأدوارهم من أجل تقدير تأثير وسائل الإعلام على المجتمع ودورها في تشكيل الرأي العام بشكل أفضل.<sup>5</sup>

#### 4-العوامل المؤثرة على حارس البوابة الإعلامية:

أ- قيم المجتمع وتقاليد: حيث يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه وتقاليد ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يحظى القائم بالاتصال أو وسائل الاعلام أحيانا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليد.

ب- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال: تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا مهما مثل: النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

ت- المعايير المهنية للقائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، ولها وظيفة ضمان توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التابع لها وتوجهاتها ومصالحها وإيديولوجيتها.

ث- معايير الجمهور: حيث أن توقع القائم بالاتصال لتقبل الجمهور للأخبار يعمل على توجيهه واختياره لأخبار معينة واستبعاد أخرى، ليتوافق بدوره مع قيم الجمهور وثقافته واتجاهاته.<sup>6</sup>

ويمكن تلخيص المرتكزات الأساسية للنظرية والتي يمكن ملاحظة مسارها الخطي والمتمثلة في: المسار الخطي لسير الرسالة، ثم وجود قوى مؤثرة في سير الرسالة، ثم وجود أفراد يقومون بدور التحكم في نقل الرسالة. ومع تقدم الدراسات بقيت الرؤية الخطية تغطي

<sup>4</sup> عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص ص 265-292.

<sup>5</sup> الضلاعين نضال فلاح وآخرون، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 83-85.

<sup>6</sup> حسن عماد مكاوي ونبلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 177-178.

على بحوث الاتصال والاعلام، بمعنى التركيز على العوامل التي تؤثر على سير الرسالة حتى وصولها للجمهور. غير أن قليلا من هذه الدراسات -في وقت متأخر من القرن العشرين- بدأ يهتم بعمليات التأثير في الاتجاهات في سياق الاهتمام بظاهرة الرأي العام، وعملية وضع الأجندة ... في سياق جديد يهدف إلى فهم عملية بناء المعنى سواء في ذهن الجمهور أو في خطاب المرسل أو القائم بالاتصال.<sup>7</sup>

### 5- تأثير حراسة البوابة على التمثيل الإعلامي:

إن تأثير حراسة البوابة على التمثيل الإعلامي كبير وبعيد المدى. حراس البوابة هم أفراد أو مجموعات تتحكم في الوصول إلى المعلومات وقنوات الاتصال في المجتمع. لديهم القدرة على تحديد الأفكار والآراء ووجهات النظر التي يتم تقديمها للجمهور من خلال وسائل الإعلام. وعلى هذا النحو، فهم يلعبون دورًا حاسمًا في تشكيل الخطاب العام والتأثير على كيفية تفكير الناس في مختلف القضايا.

إحدى الطرق التي تؤثر بها حراسة البوابة على تمثيل وسائل الإعلام هي الحد من الأصوات ووجهات النظر المتنوعة. في كثير من الأحيان، أولئك الذين يشغلون مناصب السلطة في صناعة الإعلام هم من الرجال البيض، مما يعني أن وجهة نظرهم تميل إلى السيطرة على المحادثة. وهذا يحد من قدرة المجتمعات والجماعات المهمشة، على التمثيل بشكل عادل في وسائل الإعلام.

من الآثار الأخرى لحراسة البوابة خلق الصور النمطية والمعلومات الخاطئة. عندما يتم استبعاد مجموعات أو وجهات نظر معينة باستمرار من وسائل الإعلام، فإن ذلك يخلق فراغًا يمكن أن تزدهر فيه المعلومات الخاطئة أو غير الكاملة. على سبيل المثال، إذا كانت وسائل الإعلام لا تغطي تجارب المهاجرين، فإنها تترك المجال لانتشار الخطاب المعادي للأجانب والمعلومات المضللة حول الهجرة دون رادع.

وأخيرًا، يمكن أن تؤدي حراسة البوابة أيضًا إلى إسكات الأصوات المعارضة. أولئك الذين يتحدثون الروايات السائدة أو ينتقدون المؤسسات القوية قد يجدون أنفسهم خاضعين للرقابة

<sup>7</sup> عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص ص 265-292.



أو مرفوضين من قبل وسائل الإعلام. وهذا يمكن أن يمنع إجراء محادثات مهمة ويحد من قدرة الجمهور على التعامل بشكل هادف مع القضايا المعقدة.<sup>8</sup>

#### 6- تأثير نظرية حراسة البوابة على المجالات الأخرى:

كان لنظرية حراسة البوابات تأثير كبير على مجالات مختلفة تتجاوز دراسات الاتصالات. واحدة من أبرز المجالات التي أحدثت فيها تأثيراً هي الدراسات الإعلامية. يساعد مفهوم حراسة البوابة على توضيح مدى سيطرة الأفراد والمنظمات القوية على الوصول إلى الأخبار والمعلومات، مما يشكل الرأي العام والإدراك. تم تطبيق هذه الفكرة لتحليل دور وسائل الإعلام الرئيسية في تشكيل الخطاب العام خلال الحملات الانتخابية أو مواقف الأزمات.

المجال الآخر الذي استفاد من نظرية حراسة البوابة هو علم الاجتماع. إنه يوفر نظرة ثاقبة حول كيفية إنشاء الأعراف الاجتماعية وتطبيقها من قبل المجموعات المؤثرة داخل المجتمع. على سبيل المثال، يمكن استخدام نظرية حراسة البوابة لفهم كيف تصبح بعض المهن أو المهن شرعية بينما لا تصبح مهن أو مهن أخرى شرعية، بناءً على من يتحكم في الوصول إلى تلك المهن.

وأخيراً، أثرت نظرية حراسة البوابة أيضاً على علم النفس، خاصة في دراسة تكوين المواقف وتغييرها. تشير النظرية إلى أن مواقف الناس تجاه بعض القضايا قد تتأثر بالمصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات. ولذلك، فإن فهم كيفية قيام حراس البوابات بتشكيل الرأي العام من خلال اختيارهم وتأطيرهم للقصص الإخبارية أمر بالغ الأهمية لفهم عمليات تشكيل المواقف والتغيير.<sup>9</sup>

#### 7- تطبيقات نظرية حراسة البوابة خارج وسائل الإعلام:

تم تطبيق نظرية حراسة البوابة في مجالات مختلفة خارج نطاق الإعلام، بما في ذلك التعليم والرعاية الصحية والسياسة. في التعليم، تُستخدم نظرية حراسة البوابة لفهم كيفية اختيار

<sup>8</sup> بن سعود البشر محمد، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر، المملكة العربية السعودية، 2014، ص ص 103-105.

<sup>9</sup> رشتي أحمد جيهان، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، لبنان، 1978، ص ص 98-99.

المعلمين للطلاب لبرامج أو أنشطة معينة بناءً على قدرتهم الملموسة أو مستوى إنجازاتهم. وهذا يمكن أن يؤدي إلى عدم المساواة في الوصول إلى الفرص والموارد للفئات المهمشة مثل الطلاب ذوي الدخل المنخفض أو الطلاب من المجتمعات الممثلة تمثيلاً ناقصاً.

في مجال الرعاية الصحية، تُستخدم نظرية حراسة البوابة لفحص كيفية قيام مقدمي الخدمات بتقييد وصول المريض إلى علاجات أو خدمات معينة من خلال فرض معايير مثل التغطية التأمينية أو التاريخ الطبي. وهذا يمكن أن يؤدي إلى تباينات في النتائج الصحية للمرضى غير القادرين على تلبية هذه المعايير.

في السياسة، تُستخدم نظرية حراسة البوابة لتحليل كيفية سيطرة النخب السياسية على الوصول إلى عمليات صنع القرار وصياغة السياسات. وقد يشمل ذلك استبعاد أصوات أو وجهات نظر معينة من العملية، مما قد يحد من المشاركة والتمثيل الديمقراطي.

#### 8- مساهمات نظرية حراسة البوابة في بحوث الاتصال الاجتماعي والرأي العام:

قدمت نظرية حراسة البوابة مساهمات كبيرة في دراسات الاتصال من خلال تقديم رؤى حول كيفية تحكم الأفراد والجماعات في الوصول إلى المعلومات ووسائل الإعلام. أحد أهم مساهماتها هو مفهوم حراس البوابة، والذي يشير إلى أولئك الذين لديهم القدرة على اختيار أو رفض القصص الإخبارية أو الآراء أو غيرها من أشكال المعلومات من النشر عبر القنوات المختلفة. وهذا يشمل الصحفيين والمحررين والمنتجين وغيرهم من المهنيين في صناعة الإعلام.

مساهمة أخرى لنظرية حراسة البوابة هي تركيزها على دور الطبقة الاجتماعية والسلطة في تشكيل تدفق المعلومات. ويشير إلى أن أولئك الذين يشغلون مناصب السلطة داخل المجتمع هم أكثر عرضة للقدرة على التحكم في تدفق المعلومات من أولئك الذين لا يتمتعون بهذه الامتيازات. بالإضافة إلى ذلك، فهو يسلط الضوء على أهمية تنوع وجهات النظر والأصوات في نشر المعلومات، فضلاً عن إمكانية التلاعب والدعاية عندما يكون لمجموعات معينة تأثير أكبر على وسائل الإعلام.

بشكل عام، ساعدت نظرية حراسة البوابة على تعميق فهمنا لكيفية تدفق المعلومات عبر المجتمع والطرق التي تشكل بها السلطة والامتياز هذه العملية. وتستمر أفكارها في إثراء الأبحاث والممارسات في مجالات مثل الصحافة والاتصال الجماهيري والعلوم السياسية.

### 9- نقد نظرية حراسة البوابة:

يجادل النقاد بأن نظرية حراسة البوابة مفرطة في التبسيط وتفشل في مراعاة تعقيدات الصناعات الإعلامية والجماهير. ويشيرون إلى أن هناك العديد من العوامل الخارجة عن سيطرة حراس البوابات والتي تؤثر على ما يتم إنتاجه واستهلاكه في أسواق الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، يؤكد النقاد أن نظرية حراسة البوابة تركز كثيرًا على اتخاذ القرارات الفردية من قبل النخب بدلاً من دراسة القضايا الهيكلية الأوسع مثل تركيز الملكية وديناميكيات القوة الاقتصادية داخل الصناعة. يتساءل بعض العلماء أيضًا عما إذا كان مفهوم حراسة البوابة لا يزال مناسبًا في العصر الرقمي اليوم حيث يتمتع الأفراد بفرص أكبر لإنتاج وتوزيع المحتوى الخاص بهم خارج قنوات الإعلام التقليدية. بشكل عام، في حين أن نظرية حراسة البوابة كانت مؤثرة في فهم كيفية عمل الصناعات الإعلامية، فإن قيودها وانتقاداتها تشير إلى أنها قد لا تستوعب بشكل كامل جميع جوانب إنتاج واستهلاك وسائل الإعلام.

### 10- الاتجاهات المستقبلية للبحث في نظرية حراسة البوابة:

في الاتجاهات المستقبلية للبحث في نظرية حراسة البوابات، يمكن للباحثين استكشاف المزيد من الحقائق حول كيفية اختيار حراس البوابات واستبعاد معلومات معينة من النشر للجمهور. وقد يشمل ذلك فحص الدوافع الكامنة وراء قراراتهم، مثل العوامل الاقتصادية أو السياسية، وتحديد المعايير المحددة التي يستخدمها حراس البوابة لتحديد المعلومات التي تعتبر جديرة بمشاركتها مع الجمهور.

يمكن أن يكون مجال التحقيق الآخر هو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الاتصال الرقمية على ممارسات حراسة البوابات. ومع تزايد انتشار هذه التقنيات، سيكون من المثير للاهتمام دراسة كيفية قيام حراس البوابات بتكييف استراتيجياتهم للحفاظ على السيطرة على تدفق المعلومات في هذا المشهد الجديد. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يركز البحث أيضًا

على استكشاف آثار حراسة البوابة على العمليات الديمقراطية والحكم، لا سيما في سياق الديمقراطيات الناشئة حيث لا تزال هياكل حراسة البوابة التقليدية في طور التطور. لقد وفرت نظرية حراسة البوابة إطارًا مهمًا لفهم كيفية تشكيل الهوية الاجتماعية وديناميكيات السلطة للوصول إلى الموارد في المجتمع. ويشير إلى أن أولئك الذين يشغلون مناصب السلطة أو النفوذ قادرون على التحكم في من يمكنه الوصول إلى موارد أو فرص معينة، ويعملون بشكل فعال كحراس البوابة. يمكن أن يؤدي هذا إلى تباينات في النتائج بناءً على عوامل مثل العرق والجنس والطبقة والسلطة. وفي حين لا يزال هناك الكثير من الأبحاث التي يتعين القيام بها في هذا المجال، فإن الأفكار المكتسبة من نظرية حراسة البوابة ساهمت بشكل كبير في فهمنا لعدم المساواة الاجتماعية والطبقية. وفي نهاية المطاف، فإنه يسلط الضوء على أهمية تحدي أنظمة الامتياز والعمل من أجل توزيع أكثر عدالة للموارد داخل المجتمع.

## ثالثاً: نظرية الأجندة:

وتعرف كذلك بنظرية ترتيب الأولويات، وتعتبر فرضية "تحديد الأجندة" إحدى الفرضيات الأكثر أهمية في الأبحاث المعاصرة حول تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور عموماً وتشكيلها للرأي العام على وجه الخصوص. وتشير فكرة تحديد الأجندة إلى نموذج ينشئ علاقة سببية بين الأهمية التي توليها وسائل الإعلام لموضوعات (قضايا) معينة والتصور لدى المستهلك الأخبار لأهمية هذه المواضيع. تؤثر وسائل الإعلام على أجندة الشؤون العامة إلى الحد الذي يضبط فيه الجمهور تصوره للأهمية النسبية للموضوعات مع الأهمية التي توليها وسائل الإعلام لها.

وتعدّ نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات من النظريات التي تعود جذورها لأكثر من أربعين عاماً من البحث والدراسة. يقوم المفهوم الأساسي للنظرية على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام قد لا تتجح في كل الحالات في تعريف الناس "كيف يفكرون"، ولكنها تتجح في تعريفهم فيما يفكرون. وتعرف الأجندة على أنها فدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الاعلام المختلفة على بناء وتحديد القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة

هذه الفكرة، التي تم إضفاء الطابع الرسمي عليها واختبارها لأول مرة من قبل "ماكسول ماكومبس Maxwell E. McCombs" و"دونالد شو Donald L. Shaw"، ومهدت الطريق لتيار مهم من الأبحاث في مجال علم اجتماع السياسي والاعلامي. تتكون الأبحاث التقليدية في هذا المجال من مقارنة الأجندة الإعلامية الموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام والأهمية التي توليها لها، مع الأجندة العامة التي يتم قياسها من خلال الدراسات الاستقصائية حيث يُطلب من الأفراد أن يقولوا ما هي في رأيهم أهم المشكلات التي تواجههم في المجتمع، لمحاولة تحديد العلاقة السببية بين الاثنين.

وانطلق "ماكومبس" و"شو" في دراستهما من ما توصل إليه "والتر ليبمان" في كتابه الرأي العام الكلاسيكي سنة 1922، حيث رسم من خلاله الخطوط العريضة لمجالات تأثير الأجندة والتي برزت في الفصل الأول للكتاب بعنوان "العالم الخارجي والصور في رؤوسنا" مشيراً من خلاله إلى أن وسائل الاعلام الإخبارية هي المصدر الرئيسي لتلك الصور في

أذهاننا وجاء فيه: أن ما نعرفه عن العالم يعتمد بشكل كبير على ما تقرره وسائل الاعلام لإخبارنا بشكل أكثر تحديدا.<sup>1</sup>

ويمكن توضيح هذا الأسلوب بالنقاط التالية:

✚ وسائل الإعلام لا تستطيع تقديم جميع الموضوعات، وجميع القضايا، وجميع الأحداث، وجميع المشكلات التي تقع في المجتمع.

✚ وبناء عليه يختار القائمون على وسائل الإعلام "بعض" الموضوعات والقضايا، التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها.

✚ هذه الموضوعات تبدأ في إثارة اهتمامات الناس تدريجيا، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، ويقفون بشأنها، وبالتالي تمثل لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

✚ لذلك يقال: "إن وسائل الإعلام لا تتجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون، ولكنها تتجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه.

## 1- ماهية نظرية وضع الأجندة ومراحل تطورها:

### أ- مفهوم وضع الأجندة:

استمد الباحثون تعريفهم لمفهوم الأجندة من العبارة الشهيرة التي أطلقها "برنارد كوهين" في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963، حيث قال أن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للناس بما يفكرون به، ولكنها ناجحة بشكل مذهل في أن تقول للقراء بما يفكرون فيه.<sup>2</sup>

توحي تسميتها بمعناها الترتيبي (الأهم فالأقل أهمية). لذلك فإن وضع الأجندة هي: عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها، وتعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدلة أي بعيدة المدى

<sup>1</sup> إلهام بوتلجي، المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة من وسائل الاعلام التقليدية إلى الوسائط الجديدة، مجلة متيجة للدراسات الإنسانية، العدد التاسع، 2018، ص 142.

<sup>2</sup> أحمد زكريا أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، جمهورية مصر العربية، 2012، ص 7.

في التأثير. ومن خلال ما سبق يتضح أن نظرية وضع الأجندة هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقلب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الإيديولوجية لتلك الوسيلة.

ويعتبر "ستيفن باتروسون Stephen Batrosون" الأجندة بأنها العملية التي تُبرز فيها وسائل الاعلام قضايا معينة على أنها مهمة وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكيف ادراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة. ويقول "ماكومبس" أن وضع الأجندة يتمثل في قدرة وسائل الاعلام الإخبارية على توجيه اهتمام الرأي العام سواء السلطة السياسية أو الجمهور حول قضايا معينة من خلال بث مجموعة كبيرة من الإشارات وبروز هذه الموضوعات يوميا وعرضها في الصفحات الأولى.<sup>3</sup>

#### ب- نشأة وتطور نظرية وضع الأجندة:

ترجع الأصول النظرية لبحوث وضع الأجندة الى "ليبمان" من خلال كتابه بعنوان الرأي العام (1922م) والذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع.

وعلى مر السنين، قام الباحثون بتحسين النموذج من خلال اختبار العديد من المتغيرات الوسيطة: نوع وسائل الإعلام (تأثيرات الصحف والتلفزيون)، ونوع المواضيع (أكثر أو أقل إثارة للجدل، مألوفة، معقدة أو مجردة)، ودرجة الخبرة السابقة. معلومات الأشخاص الذين تمت مقابلتهم، ودرجة الاهتمام بالسياسة (والمشاركة في السياسة)، وعادات استهلاك وسائل الإعلام، وما إلى ذلك.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> إلهام بوتلجي، مرجع سبق ذكره، ص 144.

<sup>4</sup> Charron, J., *La production de l'actualité*, Boréal, Montréal, 1994, pp39-40.

إن فرضية تأثير وسائل الإعلام على تحديد الأولويات لدى الجمهور أصبحت الآن مقبولة بشكل عام، على الرغم من أن الارتباطات غير المحققة والملاحظات غير المتوافقة مع الفرضيات المدروسة والاستنتاجات غير المؤكدة التي تكثر في الأدبيات، تشير إلى أن هذه التأثيرات مشروطة أو محتملة.

إن فكرة نجاح وسائل الإعلام، إلى حد ما، في إلقاء ترتيب اهتمامات المواطنين، تثير عدة أسئلة أساسية: هل يؤثر وضع الأجندة أيضاً على أحكام الناس أو مواقفهم فيما يتعلق بالأشياء التي ترتبها وسائل الإعلام؟ ما هي استقلالية وسائل الإعلام في وضع أجندتها الخاصة، وما هي مساهمة مصادر المعلومات في تحديد الأجندة الإعلامية؟ كيف يتم تشكيل أجندة صناع القرار السياسي؟ ما هو تأثيرها على وسائل الإعلام والأجندة العامة؟ باختصار، كيف يتم ممارسة تأثير كل من صناع القرار ووسائل الإعلام والمواطنين في عملية تشكيل أجندة الشؤون العامة، وما مدى هذا التأثير؟

أحد المجالات الرئيسية للدراسة التي يستهدفها توسيع نموذج ترتيب الأولويات هو ما يتعلق بالعلاقات بين وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، وبشكل خاص صناع القرار السياسي. ونريد هنا أن نناقش الإمكانية التكاملية لنموذج وضع جدول الأعمال بشأن هذه النقطة المحددة. يبدو في الواقع أن الانتقال إلى دراسة العلاقات بين المصدر ووسائل الإعلام لنموذج تم تطويره في الأصل لمراعاة العلاقات بين وسائل الإعلام والعامة يطرح بعض مشاكل "الترجمة". من خلال نقد البحث التجريبي الذي يحاول، استناداً إلى نموذج وضع الأجندة، قياس التأثير المتبادل للصحفيين والمصادر السياسية في إنتاج المحتوى الإعلامي، نريد تسليط الضوء على بعض الحدود النظرية والمنهجية لهذا النهج.<sup>5</sup>

### ت- الافتراضات الأساسية للنظرية:

نظرية ترتيب الأولويات هي عملية خلق وعي واهتمام جماهيري من القضايا البارزة عبر وسائل الإعلام. وتتمثل الفرضية الأساسية للنظرية في وجود اتفاق بين ترتيب أجندة

<sup>5</sup> عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 93-94.



وسائل الاعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور. كما هنالك افتراضان يشكلان أساس معظم الأبحاث في نظرية ترتيب الأولويات:

✚ الصحافة والإعلام لا تعكس الواقع والوقائع، بل تصفيها وتشكلها.

✚ يكون تركيز الإعلام على عدد قليل من القضايا والموضوعات العامة والتي تؤدي بالجمهور إلى اعتبار تلك القضايا على أنها أكثر أهمية من قضايا أخرى.

### ث- الخلفية النظرية لنظرية الأجندة:

لقد توصل الباحثون إلى أدلة تدعم أركان فرضية نظرية الأولويات والأجندة ففي دراسة أعدها الباحث "ماكومبس" و"شو" حيث انطلق هذا الفرض من خلال تحقق علاقة الارتباط بين حجم التغطية الخبرية للقضايا وترتيب هذه القضايا ذاتها لدى الفئة المترددة من الناخبين، ومنذ ذلك الوقت ازدادت البحوث المؤيدة لهذه النظرية. وقد دعمت هذه الدراسات والأبحاث الفكرة القوية على وجود علاقة ارتباط سببي بين بروز الخبر بوسائل الإعلام وبروزه لدى الجمهور، وفي هذا الصدد فقد توصل عدد من الباحثين إلى عدم اعتماد وسائل الإعلام في تغطيتها الخبرية للقضايا العامة كحرب فيتنام ومشكلة المخدرات من خلال مؤشرات مستمدة من الواقع الحقيقي بقدر ما سعت لإبراز لبعض القضايا حتى وإن كانت في الحقيقة أقل جدية وأهمية والأغرب من ذلك هو أن اعتقاد الجمهور بأهمية هذه القضايا غالباً ما يتفق أو يتسق مع طريقة تغطيتها الخبرية أكثر من قيامه بالاعتماد على مؤشرات حقيقية.<sup>6</sup>

### 2-العوامل المؤثرة في ترتيب الأجندة وترتيب الأولويات: نذكر منها:

✚ **طبيعة القضايا:** ترتيب الأولويات يحقق نتائج قوية مع القضايا غير الملموسة للجمهور،

بحيث تصبح تلك القضايا ملموسة بعد فترة من التغطية الإعلامية المتكررة.

✚ **أهمية القضايا:** الترتيب الأولويات ينجح مع القضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل

التلوث والإيدز، أكثر من القضايا التي لا تسبب تهديداً مباشرة مثل الإجهاد.

<sup>6</sup> عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص 92-94.

✚ **توقيت إثارة القضايا:** ترتيب الأولويات ينجح بشكل كبير باختيار التوقيت الدقيق لإثارة القضايا، واستغلال الفرص والظروف المناسبة لذلك.

✚ **نوع الوسيلة المستخدمة:** ترتيب الأولويات في التلفزيون يحقق نتائج فعالة على المدى القصير، أما في الصحف فهو يحقق تأثيرات أقوى على المدى البعيد.

### 3-وظائف نظرية وضع الأجندة:

✚ **عرض وسائل الإعلام لقضية معينة يزيد من وعي الجماهير لتلك القضية، وبالتالي يمكن تمييز القضية الهامة من بين القضايا التي تعرضها وسائل الاعلام.**

✚ **تقوم هذه النظرية بترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى مثل:**

➤ **مراقبة البيئة:** يسعى المجتمع دائما للتعرف على ما يجري في البيئة الداخلية والخارجية وذلك لمواجهة كافة الظروف المتغيرة، وتقوم وسائل الاعلام دائما بالتعرف على مشكلات المجتمع، ومحاولة تقديم الحلول المختلفة لها.

➤ **الترباط:** إن أهم ما تحاول وسائل الاعلام الوصول اليه هو محاولة ايجاد رأي عام موحد ومترباط تجاه قضية معينة دون القضايا الأخرى ما يؤدي الى وصول الى اتفاق عام تجاه القضايا المختلفة.

➤ **نقل التراث الاجتماعي:** تقوم وسائل الاعلام عبر السنوات المختلفة بالتركيز على أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمع خلال الفترات المختلفة.

### 4-طبيعة الأجندة:

تميل الدراسات التي تعتمد بشكل مباشر على نموذج وضع الأجندة إلى قياس تأثير المصادر - من خلال مقارنة المحتوى الموضوعي للخطاب من مصدر واحد أو أكثر - والمحتوى الموضوعي لصحافة الخطاب، لمحاولة إقامة علاقة سببية. بين الاثنين. ولذلك فإن الأمر يتعلق بنقل تصميم البحث الأكثر استخدامًا في الدراسات المتعلقة بالعلاقات بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور إلى دراسة العلاقة بين المصدر ووسائل الإعلام. والدراسات التي اعتمدت هذا التصميم عديدة؛ وسنقدم مثالاً واحداً فقط هنا.

قام "ماكسويل ماكومبس" وزملاؤه بدراسة التأثيرات التي تخلفها الخطابات التي يلقيها الرؤساء الأميركيون على تحديد أجندة وسائل الاعلام. وقاموا بمقارنة الأجندة المنصوص عليها في أربع خطابات ألقاها ثلاثة رؤساء أميركيين مع الأجندة الإعلامية في الشهر السابق لكل خطاب والشهر الذي يليه. ونظراً لأهمية الشخصية الرئاسية في النظام السياسي الأميركي وطبيعة هذا النوع من الخطاب (الذي يحدد فيه الرئيس أولوياته)، ومع الأخذ في الاعتبار كل ما كتب عن "الرقابة" على الصحافة من قبل الرئيس. توقع الباحثون أن تؤثر الخطابات الرئاسية على أجندة وسائل الإعلام بطريقة كبيرة، أي أن وسائل الإعلام ستغطي المواضيع التي تتناولها تلك الخطابات.

ولذلك تم تصنيف هذه المواضيع حسب الأهمية (حسب المساحة المخصصة لكل منها)، كما تم ترتيب الموضوعات التي تغطيها الصحافة في نيويورك تايمز وواشنطن بوست، وفي نشرات الأخبار المسائية لقنوات ABC و CBS و NBC، وفقاً لعدد الأخبار التي كانت مخصصة قبل ذلك. وبعد كل خطاب.

وتختلف النتائج بشكل كبير من خطاب إلى آخر. بالنسبة لنيكسون في عام 1970، فإن الارتباط الترتيبي بين أجندة الخطاب وأجندة وسائل الإعلام يكون أقوى بعد الخطاب مما كان عليه قبل الخطاب، وهو ما يؤكد، بالنسبة للمؤلفين، فرضية وضع الأجندة. لكن النتائج معكوسة بالنسبة لكارتير 1978؛ الارتباط أقوى قبل الخطاب منه بعده، مما يشير، وفقاً للمؤلفين، إلى أن الرئيس قد صاغ أجندته بطريقة ما على غرار أجندة وسائل الإعلام.

قدم خطاب ريغان عام 1982 وحده نتائج متناقضة. تشير الارتباطات إلى أن الخطاب كان سيؤثر على تغطية الصحف اللاحقة، لكنه كان سيتأثر بالتغطية التلفزيونية السابقة. أما خطابه عام 1985، فهو يقدم وضعاً مشابهاً لخطاب كارتير عام 1978: العلاقة بين الخطاب والتغطية أقوى قبل الخطاب منه بعده، مما يشير إلى أن الرئيس تأثر بالصحافة أكثر من العكس.

المتغيرات التي درسها المؤلفون لا تسمح لهم بتفسير هذه الاختلافات في النتائج؛ لكنهم يشيرون إلى أنها ترجع إلى شخصيات الرؤساء، ودرجة "الأزمات" بين الصحافة والرئيس، وإلى أسباب "ظرفية" و"تاريخية".<sup>7</sup>

### 5- مفهوم وضع أو إعداد الأجندة:

يشير نموذج تحديد الأجندة، بمجرد نقله إلى العلاقات بين المصدر ووسائل الإعلام، إلى أن التأثير يتكون من قيام المصدر بنقل "الموضوعات" (القضايا) إلى وسائل الإعلام. ولا تبدو فكرة تحديد الأجندة الإعلامية بالنقل مناسبة لتوصيف ما يحتمل حدوثه بين الصحفيين والمصادر. إنها ترجمة، فيما يتعلق بـ "تأثيرات" المصادر على وسائل الإعلام، للنموذج القديم للإبرة تحت الجلد التي استخدمت منذ فترة طويلة لشرح تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور. سنشير أولاً إلى أن وصول المصادر إلى نظام إنتاج ونشر المعلومات وقدرتها على العمل على إنتاج الأخبار السياسية لا يكون تلقائياً، حتى في حالة المصادر التي تسمى رسمية؛ إنه نتاج "عمل"، عمل استراتيجي يجب تحليله.<sup>8</sup>

الدراسات التي تحاول تحرير نفسها من "المركزية الإعلامية" للبحث الإعلامي، لدراسة عمل المصادر، تسلط الضوء على "العمل" الذي يجب أن تقوم به المصادر الرسمية للحصول على هذا الوصول، وتقيس القيود التي يفرضها الإعلام ويضعها نظام الوسائط عليها. يؤدي هذا البحث إلى استنتاجات دقيقة للغاية حول تأثير المصادر ووسائل الإعلام في عملية إنتاج الأخبار ويؤدي إلى ملاحظة أنه لا يوجد شيء أقل ملاءمة لوصف عمل وسائل الإعلام من صورة حزام النقل أو تعبير همزة الوصل.

إن فكرة النقل تختزل الوظيفة الصحفية إلى وظيفة الاختيار، أي إلى استعارة الصحفي "حارس البوابة" الذي يسمح أو لا "يمرر" الأجندة التي يحددها المصدر. ومع ذلك، فإننا نعلم أن إنتاج المعلومات الإعلامية يتضمن أكثر من مجرد وظيفة فرز. من المؤكد أن معالجة المعلومات تتضمن سلسلة من العمليات، بعضها يمكن، على المستوى الرسمي، استيعابها في

<sup>7</sup> Charron, J., *op.cit*, pp 62-67.

<sup>8</sup> حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 268-269.

عمليات الاختيار مثل اختيار العناصر وترجيحها. ومن ناحية أخرى، لا يمكن لمفهوم الاختيار أن يأخذ في الاعتبار عمليات فك التشفير/إعادة التشفير، والتفسير، ووضع السياق، والهيكلية والتدخل (المسوحات، وعمليات المتابعة، وما إلى ذلك).

تعلمنا الدراسات حول أداء وسائل الإعلام والممارسات الصحفية أنه لا يمكن تصور الأخبار على أنها مادة محددة مسبقًا، يتم إنتاجها بمبادرة من المصدر، ولا يتدخل فيها الصحفي إلا عن طريق الاختيار. ويتفق الباحثون في هذا المجال على أن الأخبار لا يتم اختيارها، بل يتم تركيبها، وأن هذا البناء هو عمل مشترك بين الصحفيين والمصادر.

وإدراكًا لهذا القصور في النموذج، اقترح بعض الباحثين التخلي عن فكرة تحديد الأجندة لصالح فكرة بناء الأجندة، التي تحدد عملية جماعية لوضع أجندة تتضمن قدرًا معينًا من المعاملة بالمثل بين وسائل الإعلام وصناع القرار والجمهور.

ولكن سواء كان الأمر يتعلق بـ "الإعداد" أو "البناء"، فإن النموذج يفترض تبادلاً بين المصدر والصحافة، حيث يتصرف كل منهما ويتفاعل مع عمل الآخر وفقًا لمصالحهما وقيمهما ومواردهما وقيودهما. ستكون الأخبار بطريقة ما نتاج إضافة أو مزيج من مساهمة أحدهما والآخر؛ يقترح المصدر أجندة يقوم الصحفي بتحويلها في النهاية. ويهمل هذا النموذج النظر في الاحتمال - وهو الأرجح - أن يكون فعل أحدهما نتيجة لرد الفعل المتوقع من الآخر.

وعندما يتبنى المصدر خطاباً وموضوعات وفقاً للقيم المهنية و"حساسية" الصحفيين ووفقاً للمتطلبات الفنية لوسائل الإعلام، ينبغي أن نلاحظ وجود علاقة قوية بين أجندة المصدر وأجندة الصحافة.

وبعد أن تم وضع الأجندة على أساس توقعات رد فعل الصحافة، يمكننا القول أن المصدر، لأنه يستفيد منه، وافق على الخضوع لتفضيلات الصحافة. وبعبارة أخرى، عندما يكون هناك تطابق بين خطاب المصدر وخطاب الصحافة، فذلك لأنه كان هناك تطابق بين عرض المصدر وطلب وسائل الإعلام. على أي أساس يمكننا تحديد أن المصدر كان له تأثير أكبر من الصحافة أو العكس؟ إذا كان هناك تعديل متبادل توقعًا لكليهما، فيمكننا القول إن

عمل المصدر وعمل الصحافة "متشكلاَن بشكل متبادل". وبالتالي فإن الأخبار ليست فقط نتاج التقاء منطقيين مختلفين ومتعارضين جزئياً (منطق الصحافة ومنطق المصدر)؛ فكل طرف يدمج، إلى حد ما، منطق الطرف الآخر في منطق الخاص.

وبالتالي، من المؤلف أن يقوم المصدر الذي يرغب في وضع قضية تهمة على الأجندة بالاتصال في المقام الأول بإحدى وسائل الإعلام أو الصحفي الذي يتابع القضية عن كثب؛ الموضوع موجود بالفعل على الأجندة "المحتملة" لوسائل الإعلام أو الصحفي. ويحدث أيضاً أن الصحفيين (من خلال تقاريرهم وأسئلتهم والضغط التي يمارسونها) يتمكنون من "فرض" أجندة المصدر وقيادته لتناول مواضيع كان يفضل تجنبها. علاوة على ذلك، فإن جزءاً كبيراً من جهود الاتصال العام التي يبذلها السياسيون والمنظمات السياسية مكرس لمحاولة تصحيح الهياكل التفسيرية التي يفرضها الصحفيون أنفسهم. ولا يبدو أن مقارنة الأجندات، كأسلوب لقياس التأثير، مناسب لمراعاة هذا النوع من المواقف.

#### 6- إشكالية مفهوم الأجندة:

وفكرة الأجندة تثير أيضاً إشكالية. تحدد الأجندة الوعي بوجود شيء ما والأهمية النسبية المعطاة له، ويتم تقديمه كقائمة هرمية للموضوعات محل الاهتمام. وهذه الفكرة هي استعارة أكثر منها مفهوم علمي.

وتستخدم للدلالة على مضمون الخبر، فهي تحجب موضوعه أكثر مما تنيره؛ وتخفي الأبعاد الأساسية للمعلومات الصحفية. ولا تذكر شيئاً عن القواعد الإعلامية والسياسية والخطاب، ولا تتطرق كذلك لجوهر "الرسائل" أيضاً.

إن الاستعارة تخفي في الواقع أهم أشكال التأثير على تعريف الواقع السياسي. يتمثل الشكل الأول للتأثير في ضمان مناقشة موضوع ما؛ وهو الوحيد الذي تهدف طريقة التصنيف والمقارنة التقويمية إلى قياسه. الشكل الثاني من التأثير يتمثل في ضمان عدم مناقشة موضوع ما: هنا لا يمكن للطريقة الكلاسيكية لوضع أجندة قياس أي شيء لأنه لا يوجد شيء يمكن قياسه. الشكل الثالث، الأكثر حسماً، يتمثل في فرض تعريف للواقع حول موضوع ما. ولا يمكن للطريقة أن تعلمنا شيئاً عن هذا إلا بعد مراعاة جوهر "الرسائل".

وأخيراً، فإن التأثير، الذي ربما يكون الأكثر تحديداً والأصعب بلا شك في القياس، لا يتمثل في فرض الموضوعات بالمعنى الدقيق للكلمة، ولكن في تعريف المعايير التي يتم من خلالها اختيار الموضوعات التي يمكن اختيارها. ندخل هنا في مجال الظواهر (الثقافة والأيدولوجيات)، التي هي موضوع قوى اجتماعية وتاريخية يصعب على تقنيات البحث التجريبي فهمها، ولكنها لا تقل أهمية عن فهم عمليات تعريف الواقع العام في زمن معين. لحظة في التاريخ.

ويؤكد "ستيفان ريس Stephen D. Reese" الذي يدافع عن التوسع المقترح لنموذج وضع الأجندة، أن تحديد الأجندة هو في الأساس نظرية للتأثير السياسي. لن نناقضه في هذه النقطة على الرغم من أن هناك الكثير مما يمكن قوله حول استخدام مفهوم "النظرية" هنا، باستثناء إضافة أنه إذا كانت مسائل الأجندة تؤدي إلى ألعاب التأثير، فإن مفهوم الأجندة هو بعيدة كل البعد عن استفاد كافة وسائل التأثير في عمليات بناء الأخبار السياسية.<sup>9</sup>

#### 7- من أجل مقارنة استراتيجية لفهم الأجندة:

فيما يتعلق بالحالة الراهنة للأبحاث حول العلاقات بين المصادر ووسائل الإعلام، فإن السؤال المطروح ليس ما إذا كانت أشكال التأثير تمارس بين المصادر والصحافة (وهو أمر لا يشك فيه أحد)، ولا حتى اتخاذ "قياس" لها، مما يفترض أنه سيكون هناك شيء نظامي ومتكرر وبالتالي يمكن التنبؤ به وقياسه كمياً. وهو ما يشكك فيه الباحثين بشكل متزايد، بدلاً من فهم ظاهرة حاسمة في عمليات الاتصال السياسي، في تعقيدها واحتمالها، أي فهم الطريقة التي يتم بها أشكال التأثير بشكل ملموس. ومن هذا المنظور، من الضروري استخدام مناهج ومقاربات وأساليب قادرة على تفسير هذا التعقيد.

بعض الأعمال، التي هي جزء من تقليد تحديد الأجندة، تؤدي إلى هذا الاستنتاج. هذا هو الحال بالنسبة للأبحاث التي أجراها فريق متعدد التخصصات (يضم باحثين من تخصصات: علم الاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية وعلوم الاعلام والاتصال)، ملحق بمركز الشؤون الحضرية وأبحاث السياسات بجامعة نورث وسترن. تولى هذا الفريق دراسة

<sup>9</sup> Charron, J., op.cit, pp 79-82.

حالات بناء الأجندة من خلال الجمع بين الأساليب المختلفة (مسوح العينات، والمقابلات المتعمقة، والملاحظة المباشرة، وتحليل المحتوى والأشكال السردية للأخبار) لمحاولة إعادة بناء ديناميكيات العلاقات بين الصحافة وصناع القرار السياسي والجمهور، من خلال دراسات الحالة.

ويمكن تلخيص جوهر ملاحظات هؤلاء الباحثين فيما يلي: بعض التقارير الواردة من وسائل إعلام معينة، والتي تتأثر أحياناً ببعض صناعات القرار في ظل ظروف معينة، يمكن أن تؤثر أحياناً على أجندة جماهير معينة وبعض صناعات القرار في ظل ظروف معينة... كما تجدر الإشارة إلى أن العمل الأول لهذا الفريق كان يهدف إلى تحديد أجندة من خلال محاولة تحديد العوامل المحتملة التي تؤثر على العلاقة السببية بين أجندة المصادر وصناعات القرار والجمهور؛ التقارير الأحدث - على الرغم من أنها لا تنتقد النموذج الأولي رسمياً - تبتعد كثيراً عن هذا النموذج لتقترح نهجاً يعتمد على مفاهيم الألعاب و"بيئة الأخبار".

في الواقع، يدعونا النهج الاستراتيجي إلى السعي إلى فهم جدلية الفاعل-النظام (أو الحرية المقيدة)، لتأخذ في الاعتبار كلاً من الحتمية، ووزن الهياكل، الذي يتعلق بالفاعلين في مجال الحرية والاستراتيجية.

يتطلب تحليل اللعبة معرفة نظام القيود والموارد التي تحدد موقف كل جهة فاعلة وإمكانيات عملها. ويعلمنا علم اجتماع الأخبار في هذا الصدد أن عمل الصحفيين هو نتاج مجموعة معقدة من العوامل؛ يتم تحديده من خلال القوى الخارجية (الهياكل الاجتماعية والقيم والأيدولوجيات المحيطة بالمجتمع ومصالح "موردي" الموارد المعلوماتية والمالية والتقنية) و"الداخلية" (هياكل النظام الإعلامي، أساليب عمل وسائل الإعلام كمنظمة، والممارسات الصحفية والثقافة). ومن الممكن بلا شك رسم نوع من الخريطة للعوامل التي تؤثر، على مستويات مختلفة من الواقع، على عمل الصحفيين ومحتوى الأخبار.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> عكاشة رضا، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع،

جمهورية مصر العربية، 2006، ص 38.



## رابعاً: نظرية دوامة الصمت:

ساهمت إيزابيث نويل نيومان، عالمة الاجتماع السياسي الألمانية، بالنموذج الشهير المسمى "دوامة الصمت". في عام 1947 أسست نيومان وزوجها "منظمة الرأي العام" باللغة الألمانية، كما كانت رئيسة "الجمعية العالمية لأبحاث الرأي العام" من عام 1978 إلى عام 1980. ومن خلال نظرية دوامة الصمت تشرح نيومان بشكل غير مباشر كيف سيطرت وجهة نظر واحدة على المشهد العام واختفت أخرى من الوعي العام مع صمت أتباعها. بعبارة أخرى، يخشى الناس الانفصال أو عزلة من حولهم، ويميلون إلى الاحتفاظ بمواقفهم لأنفسهم عندما يعتقدون أنهم أقلية. تسمى هذه العملية "دوامة الصمت".

ويرتبط اسم إيزابيث نويل نيومان ارتباطاً وثيقاً بنظرية "دوامة الصمت" - وهي النظرية التي تردد صداها خارج المجتمع العلمي، وتشرح النظرية، التي ترسخت في علم النفس الاجتماعي، كيف يمكن أن تحدث التقلبات في الرأي العام، وخاصة في المناقشات المحملة بالأخلاق والعاطفة. ربما لأن افتراضات نويل نيومان حول التأثيرات الاجتماعية على السلوك البشري مثيرة للجدل وتتناقض مع وجهات النظر السائدة على نطاق واسع حول الفرد العقلاني المستقل، فإن نظرية "دوامة الصمت" تعد من أكثر النظريات التي يتم الاستشهاد بها وتكرارها في العلوم الاجتماعية.

## 1- أهم أفكار النظرية:

تصف نظرية دوامة الصمت بأنها عملية ديناميكية للتنبؤ بالرأي العام في وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعطي تغطية أكبر للأغلبية في المجتمع وتعطي تغطية أقل للأقليات. في هذه البيئة الاجتماعية، يخشى الناس الرفض للتعبير عن آرائهم أو وجهات نظرهم وهم يعرفون جيداً السلوكيات التي ستجعل منهم عرضة للرفض. يُطلق عليه "الخوف من العزلة". عندما يكونوا جزءاً من الأقلية. يفقد الناس ثقتهم ويلتزمون الصمت للتعبير عن آرائهم بسبب الخوف من العزلة أو يشعرون بالوحدة أو عدم الدعم. في بعض الأحيان تسحب الأقليات رأيها المعبر عنه من المناقشات العامة لتأمين أنفسهم من الأغلبية.

✚ يحصل العدد الأكبر أي الأغلبية على فضاءات تعبيرية مهمة تتناسب مع عددهم في المجتمع، في حين تنقلص لدى الأقلية أو تلتزم الصمت<sup>1</sup>.

## 2- خصائص النظرية:

✚ نظرية دوامة الصمت تحاول تفسير عملية تشكل الرأي العام على المستوى الجزئي والمستوى الكلي.

✚ تعتبر اطاراً نظرياً مناسباً لتفسير ما يحدث في الحملات العامة والانتخابات.

✚ تساعد نظرية دوامة الصمت في شرح وفهم دور ومسؤولية وسائل الإعلام في المجتمع.

✚ تحاول معظم النظريات تفسير عملية تشكل الآراء والمعتقدات والرأي العام لدى الأغلبية وتهمل الأقليات والأفراد، في حين أن نظرية دوامة الصمت تهتم أكثر بالميكانيزمات التي تصنع الأقليات والأفراد الصامتين.

✚ تصور نظرية دوامة الصمت وجهة نظر سلبية للغاية لتأثير وسائل الإعلام على الأشخاص العاديين.

ويمكن تقسيم نظرية دوامة الصمت إلى الفرضيات الأساسية التالية:<sup>2</sup>

✚ يخشى معظم الناس من العزلة الاجتماعية.

✚ يراقب الناس باستمرار سلوك الآخرين من أجل معرفة الآراء والسلوكيات التي تلقى استحساناً أو رفضاً في المجال العام.

✚ يمارس الناس "ضغط العزلة" على الآخرين، على سبيل المثال، بالعبوس أو الابتعاد عندما يقول شخص ما أو يفعل شيئاً يرفضه الرأي العام.

✚ يميل الناس إلى إخفاء آرائهم عندما يعتقدون أنهم سيعرضون أنفسهم لـ "ضغط العزلة" برأيهم.

✚ من ناحية أخرى، يميل الأشخاص الذين يشعرون بدعم الجمهور إلى التعبير عن آرائهم بصوت عالٍ وواضح.

✚ إن التعبير الصاخب عن الرأي من جانب والصمت من جانب آخر يحرك دوامة الصمت.

<sup>1</sup> حسن محمد نصر، نظريات الاعلام، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015، ص 249.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص ص 287-289.

تصبح العملية أكثر ديناميكية عادة بسبب قضايا مشحونة عاطفياً وأخلاقياً. في حالة الإجماع على قضية ما في مجتمع معين، فمن غير المرجح أن تتحرك دوامة الصمت. وعادة ما تثار الدوامة بسبب قضايا مثيرة للجدل. إن العدد الفعلي للمؤيدين لرأي ما لا يشكل بالضرورة عاملاً حاسماً في تحديد وزنهم في دوامة الصمت. فقد يُنظر إلى رأي الأقلية باعتباره أغلبية في المجال العام إذا تصرف مؤيدوها بحزم كافٍ ودافعوا علناً عن رأيهم بكل تأكيد. قد يكون لوسائل الإعلام تأثير حاسم على تشكيل الرأي العام. فإذا دعمت وسائل الإعلام بشكل متكرر (بطريقة "تراكمية") وبشكل متناغم جانباً واحداً في جدال عام، فإن هذا الجانب سوف يكون لديه فرصة أكبر بكثير لإنهاء عملية دوامة الصمت كفائز. إن الخوف من العزلة الاجتماعية والتهديد بها يعملان دون وعي: فمعظم الناس لا يفكرون بوعي في كيفية توجيه سلوكهم من قبل الرأي العام. إن الرأي العام محدود في الزمان والمكان. وأينما كان الناس يعيشون معاً في مجتمعات، فإن الرأي العام سوف يعمل كآلية للسيطرة الاجتماعية. ومع ذلك، فإن ما يوافق عليه الرأي العام أو يرفضه على وجه التحديد سوف يتغير مع الوقت ويختلف من مكان إلى آخر. إن الرأي العام يعمل على استقرار المجتمع وتكامله لأن الصراعات سوف تحل من خلال دوامات الصمت لصالح رأي واحد. وهذا ما يسمى بالوظيفة التكاملية للرأي العام.

### 3-العوامل الأساسية المساهمة في تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام:

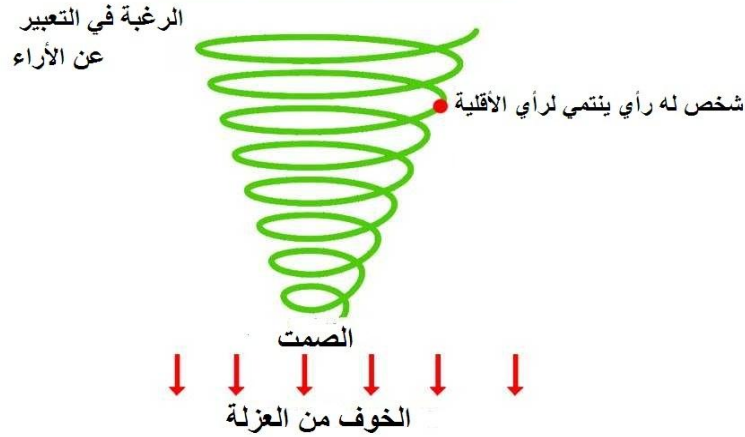
أ- التراكمية: وتتمثل في التأثير التراكمي للوسيلة الإعلامية من خلال عامل التكرار، حيث تعمل وسائل الإعلام على تقديم رسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا، ويؤدي هذا المضمون التراكمي إلى تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد.

ب- الشمولية: ويعني أن وسائل الاعلام دائمة الحضور والتواجد في البيئة التي يعيش فيها الانسان، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة ولا يمكن تفاديها على الفرد.

ت- التجانس: ويعني توافق واتساق وانسجام المعلومات والمضامين التي تبثها وسائل الإعلام ببثها وتعرضها على جمهور المتلقين، كما يعني وجود اتفاق وانسجام بين

القائمين بالاتصال مع المؤسسات التي ينتمون إليها مما يؤدي إلى تشابه أفكارهم ومعتقداتهم والقيم الإعلامية التي تحكم عملهم، وعليه تكون الرسائل التي تعمل وسائل الإعلام المختلفة على بثها تبدو متشابهة ومتسقة مع بعضها بعضاً مما يزيد من قوة تأثيرها على جمهور المتلقين.

### الرأي العام السائد



### الشكل رقم 01: نظرية دوامة الصمت وتشكيل الرأي العام

وتؤدي هذه العوامل السابقة مجتمعة إلى تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له رأي مستقل حول القضايا المثارة، وبالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام.<sup>3</sup>

وترى إليزابيث نويل نيومان أنه إذا كان الرأي العام هو نتيجة التفاعل بين الأفراد وبيئتهم الاجتماعية، فهو يتضمن العمليات التي أكدها Asch و Milgram من خلال دراساتهم التجريبية. لتجنب أن يجدوا أنفسهم معزولين، يمكن للفرد أن يتخلى عن آراءه وأحكامه. وهذا هو شرط الحياة في المجتمع البشري؛ وإلا فإن التكامل والانسجام والاندماج سيكون مستحيلاً.<sup>4</sup> هذا الخوف من العزلة (ليس فقط الخوف الذي يشعر به الفرد من التهميش، ولكن أيضاً الشك في قدرته على الحكم) هو، في الحقيقة، جزء لا يتجزأ من جميع عمليات الرأي العام.

<sup>3</sup> عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 110-114.

<sup>4</sup> Noëlle-Neumann Elisabeth., The Spiral of Silence: A theory of public opinion, **Journal of Communication**, N° 24, 1974, pp 43-54.

هذه هي نقطة ضعف الفرد؛ هذا هو المكان الذي يمكن أن تعاقبه فيه الفئات الاجتماعية لعدم معرفته بكيفية التوافق. فهناك ارتباط وثيق بين مفاهيم الرأي العام والجزاء والعقاب.

ولكن متى نجد أنفسنا معزولين؟ هذا ما يحاول الفرد اكتشافه عن طريق "عملية شبه إحصائية"؛ من خلال مراقبة بيئته الاجتماعية، من خلال تقدير توزيع الآراء المؤيدة أو المعارضة لأفكاره، ولكن قبل كل شيء من خلال تقييم قوة الشخصية وحشدها ونشاطها. ملحة، فضلا عن فرص نجاح بعض وجهات النظر أو مقترحات معينة.

وهذا مهم بشكل خاص عندما يشهد الفرد، في حالة عدم الاستقرار، صراعاً بين مواقف متعارضة ويجب عليه الانحياز إلى أحد الجانبين. وقد يجد نفسه متفقاً مع وجهة النظر السائدة. وهذا ما يعزز ثقته بنفسه، ويسمح له بالتعبير عن نفسه دون تردد ودون المخاطرة بالعزلة عن أصحاب وجهات النظر المختلفة. وعلى العكس من ذلك، إذا كانت آراءه تخالف الأغلبية، قد يلاحظ أن قناعاته بدأت تفقد قوتها؛ وكلما زاد الأمر على هذا النحو، قلت ثقته بنفسه، وقل ميله إلى التعبير عن آرائه. وبالتالي فإن هذه السلوكيات تشير إلى العملية شبه الإحصائية التي يمتلكها الفرد عن بيئته الاجتماعية من حيث توزيع الآراء. الرأي المشترك يؤكد نفسه بشكل متكرر، وبمزيد من الثقة؛ نسمع الآخر أقل وأقل. ويدرك الأفراد هذه الاتجاهات، ويكيفون معتقداتهم وفقاً لذلك. يزيد أحد المعسكرين المتعارضين تقدمه بينما يتراجع الآخر. إن الميل إلى التحدث علناً في حالة واحدة والتزام الصمت في حالة أخرى يولد عملية حلزونية تؤسس تدريجياً للرأي السائد.

واستناداً إلى هذا المفهوم للعملية التفاعلية التي تولد "دوامة" من الصمت، فإننا نعرّف الرأي العام بأنه ذلك الرأي الذي يمكن التعبير عنه علناً دون التعرض لخطر العقوبات، والذي يمكن أن يركز عليه العمل علناً.

إن التعبير عن الرأي المخالف، واتخاذ إجراء عام باسم الفرد، هو مخاطرة أن يجد نفسه معزولاً. وبعبارة أخرى، يمكن وصف الرأي العام بأنه ذلك الرأي السائد الذي يأمر بسلوك وسلوك خاضع، ويهدد الفرد المتمرد بالعزلة، والسياسي بفقدان الدعم الشعبي. ونتيجة لذلك،

فإن الدور النشط كمبادر بعملية تشكيل الرأي يقتصر على أي شخص يستطيع مقاومة التهديد بالعزلة.

ونجد بالفعل بين المؤلفين الكلاسيكيين الذين كتبوا عن الرأي العام، أين ذكر أن الرأي العام هو مسألة كلام وصمت.

يكتب السوسيولوجي الألماني فرديناند تونيز Ferdinand Tönnies: يدعي الرأي العام دائماً أنه صاحب السلطة. يتطلب موافقة. على أقل تقدير، يُجبر المرء على التزام الصمت، أو تجنب دعم التناقض. كما يتحدث جايمس برايس James Bryce عن الأغلبية التي تظل صامتة لأنها تشعر بالهزيمة: إن قدرية الجمهور ليست نتيجة لقيود أخلاقية أو قانونية. إنه فقدان القدرة على المقاومة، وضعف الشعور بالمسؤولية الشخصية وواجب النضال من أجل آرائهم الخاصة.<sup>5</sup>

#### 4- الصمت الناتج عن الرأي المسيطر والسائد:

لقد وصف توكفيل عملية تشكيل الرأي العام على أساس "دوامة الصمت" في كتابه "النظام القديم والثورة". حيث يُظهر توكفيل كيف أصبح ازدياد الدين موقفاً واسع الانتشار ومهيمناً خلال القرن الثامن عشر في فرنسا، ويقدم التفسير التالي: "أصبحت الكنيسة الفرنسية صامتة": "كان الرجال الذين حافظوا على الإيمان القديم يخشون أن يكونوا الوحيدين الذين ظلوا مخلصين لها، وخوفاً من العزلة أكثر من الخطأ، انضموا إلى الحشود دون أن يفكروا مثلها. وهكذا أصبح يظهر أن ما كان لا يزال مجرد شعور جزء من الأمة هو رأي الجميع، وبالتالي أصبح لا يقاوم في عيون أولئك الذين أعطوه هذا المظهر الزائف.

وقبل اختبار هذا النموذج التفاعلي لعملية تكوين الرأي العام، طرحت إليزابيث نويل نيومان خمس فرضيات أساسية:<sup>6</sup>

أ- يشكل الأفراد تمثيلاً لتوزيع الآراء ونجاحها داخل بيئتهم الاجتماعية. إنهم يلاحظون وجهات النظر التي تكتسب قوة وأيها تتراجع. وهذا شرط لوجود الرأي العام وتطوره، وهو التفاعل بين وجهات نظر الفرد وتلك التي ينسبها إلى بيئته. تختلف شدة ملاحظة

<sup>5</sup> Noëlle-Neumann Elisabeth., **op.cit**, pp 43-54.

<sup>6</sup> **Ibid**, pp 43-54.

فرد معين لبيئته ليس فقط وفقاً لاهتمامه بقضية معينة، ولكن أيضاً وفقاً لما إذا كان يمكن دفعه إلى الانحياز علناً أم لا.

ب- إن استعداد الفرد للتعبير علناً عن وجهة نظره يختلف تبعاً لتقييمه لتوزيع الآراء في بيئته الاجتماعية، وللاتجاهات التي تميز حظوظ هذه الآراء. سيكون أكثر استعداداً للتعبير عن نفسه إذا كان يعتقد أن وجهة نظره هي وجهة النظر السائدة وستكون كذلك؛ أو، إذا لم تكن مهيمنة بعد، فقد بدأت في الانتشار على نطاق واسع. تؤثر رغبة الفرد بشكل كبير أو صغير في التعبير علناً عن رأيه على تقييمه لمدى تفضيل الآراء التي يتم التعبير عنها بشكل شائع في الأماكن العامة.

ت- يمكننا أن نستنتج من ذلك أنه إذا كان تقييم توزيع الرأي يتناقض بشكل صارخ مع توزيعه الفعلي، فذلك لأن الرأي الذي تمت المبالغة في تقدير قوته يتم التعبير عنه علناً في كثير من الأحيان.

ث- هناك علاقة إيجابية بين التقدير الحالي والتقدير المتوقع: إذا اعتبرنا أن الرأي هو السائد، فيمكننا أن نعتقد بشكل معقول أنه سيظل هو السائد في المستقبل (والعكس صحيح). ومع ذلك، فإن هذا الارتباط يمكن أن يختلف. وكلما كان الأمر أضعف، كلما زاد انخراط الرأي العام في عملية التغيير.

ج- إذا كان تقييم القوة الحالية لرأي معين يختلف عن تقييم قوته المستقبلية، فإن استشراف الوضع المستقبلي هو الذي سيحدد مدى استعداد الفرد لكشف نفسه. لأننا نفترض أن حسن التصرف لدى الفرد، إلى حد ما، يرجع إلى خوفه من أن يجد نفسه منعزلاً، أو من رؤية ثقته بنفسه مهتزة، في حالة عدم توافق رأيه مع رأي الأغلبية. أما إذا اقتنع بأن اتجاه رأي الأغلبية يسير في اتجاهه، فإن خطر العزلة في نظره لا يكاد يذكر.

ولاختبار هذه الفرضيات، استخدمت إليزابيث نويل نيومان دراسات استقصائية حول مواضيع مختلفة، بشكل رئيسي في عامي 1971 و1972. وتمثل هذه الدراسات الاستقصائية ما مجموعه ما بين 1000 إلى 2000 مقابلة استبائية على عينات تمثيلية من السكان.

وتعتقد الباحثة أنه يجب استكمال المقاييس الاجتماعية المعتادة لتوزيع الآراء بين الأفراد بأسئلة تتعلق بتقييم الآراء في البيئة الاجتماعية. ما هي الآراء المهيمنة، وأيها ستكتسب المزيد من الانتشار في الواقع؟ بالإضافة إلى أسئلة حول استعداد الشخص الذي تمت مقابلته للدفاع عن وجهة نظر معينة علناً.

من خلال الحصول على هذه المعلومات، يصبح من الممكن أن نأخذ في الاعتبار، في تحليل المجموعة، رأي عوامل مثل الثقة التي تمتلكها في نفسها (اعتماداً على يقينها بوجود الأغلبية الحالية أو المستقبلية معه أم لا) وكذلك ميله للدفاع عن وجهة نظر معينة علناً. ومن نتائج هذا التحليل يمكن استنتاج ما إذا كان ينبغي توقع حدوث تغيير في الرأي. أي الآراء يجب أن تنتشر وأيها يجب أن تتخفف؟ ما هو شكل الضغط المطابق؟ ومن الممكن بعد ذلك إجراء تنبؤات مثل:

✚ إذا اعتبرت الأغلبية أقلية، فإنها سوف تميل إلى الانخفاض في المستقبل. وعلى العكس

من ذلك، إذا تم النظر إلى الأقلية على أنها أغلبية، فسوف تزايد.

✚ إذا لم يتوقع أعضاء الأغلبية أنه يمكن الحفاظ عليها في المستقبل، فسوف تتراجع.

وعلى العكس من ذلك، إذا كان الاعتقاد بوجود تطور إيجابي مشتركاً على نطاق واسع،

فسوف يستغرق الأمر وقتاً طويلاً قبل أن يغير أعضاؤه رأيهم.

✚ إذا زاد عدم اليقين بشأن ماهية الرأي السائد، أو ما سيكون عليه، فإن ذلك ينبئ

بالانقلاب على الرأي السائد والمسيطر والمهيمن.

✚ إذا برز فريقان بشكل واضح بفضل استعداد كل منهما للتعبير عن وجهات نظرهما

علناً، فمن المرجح أن يكون الفريق الذي يتمتع باستعداد أكبر هو الذي سيسيطر في

المستقبل.

✚ الاعلام المنسجم والمتسق قادر على تحويل رأي الأقلية إلى رأي سائد، بشرط أن تتوحد

وسائل الاعلام حول أيديولوجية ورأي معين، حتى ولو كان لا يتماشى ولا يتوافق مع

رأي الأغلبية، التي تتحول بفعل ذلك إلى "أغلبية صامتة" تخشى الكلام والتعبير.



ويحدث هذا كثيرا في النظم غير الديمقراطية والاعلام الموجه من قبل الحكومات الديكتاتورية والشمولية.<sup>7</sup>

### 5- التغيير وتحول الآراء:

ومن خلال الجمع بين التدابير السابقة، يمكننا أن نستنتج أن الأقلية المقتتعة بهيمنتها في المستقبل، وبالتالي الرغبة في التعبير عن نفسها، سوف ترى رأيا يصبح مهيمناً، إذا واجهت أغلبية تشك في أن وجهات نظرها سوف تظل هي السائدة في المستقبل. وبالتالي فإنها أقل استعداداً للدفاع عنها علناً. إن رأي هذه الأقلية يصبح رأياً لا يمكن مناقضته الآن دون التعرض لخطر العقوبات. وهكذا فإنه ينتقل من حالة الرأي البسيط لفريق ما إلى حالة الرأي العام.

يمكن تطبيق هذا النوع من التحليل على التنبؤ بالآراء السياسية، أو اتجاهات الموضة، أو تطور العادات والأعراف الاجتماعية. أي على جميع المجالات التي يتحدد فيها موقف الفرد وسلوكه من خلال العلاقة بين معتقداته الخاصة، ونتيجة ملاحظة بيئته الاجتماعية. وتري إليزابيث نوبل نيومان أن هذا التفاعل هو الجانب الأساسي في عملية تكوين الرأي العام. فأهمية دور المراقبة البيئية تعني أن جميع التصريحات عن الرأي العام لا تسري إلا لفترات وأماكن محددة.<sup>8</sup>

ويقال بشكل عام أن وسائل الإعلام لها تأثير على الرأي العام، ولكن في الواقع هذه العلاقة تفتقر إلى الوضوح وينتابها الكثير من الغموض والتعقيد.

تنتمي وسائل الإعلام إلى النظام الذي يحصل الفرد من خلاله على معلومات حول بيئته. وفي جميع الأمور التي تقع خارج نطاقه الشخصي، فهو يعتمد بشكل شبه كامل على وسائل الإعلام سواء فيما يتعلق بالحقائق نفسها أو في تقييم مناخ الرأي. وسوف يتفاعل بشكل عام مع ضغط الرأي بالشكل الذي يتم نشره به. يجب إجراء البحث حول كيفية انتشار رأي حول شخص أو موضوع معين داخل النظام الإعلامي؛ ما هي العوامل التي تسهل هذه العملية

<sup>7</sup> Barsalou Marc André, **silence et rencontre : la disponibilité à l'autre**, presses de l'université du Québec, Canada, 2012, p 20.

<sup>8</sup> فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، 2002، ص ص 294-295

أو على العكس تمنعها؟ هل تعتمد هذه العملية على معتقدات الصحفيين؟ وهل يرتبط بمعوقات مهنة الصحافة؟ فهل يحتل أنصار الرأي السائد مواقع رئيسية في المنظومة الإعلامية تسمح لهم بإبعاد مجموعات كبيرة عددياً من المتناقضين؟

لا يمكننا دراسة تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام دون اقتراح مفهوم عملي لنشأة الرأي العام. "دائمة الصمت" هي أحد هذه المفاهيم. والأسئلة التي تثيرها هي التالية: ما هي المواضيع التي تقدمها وسائل الإعلام للرأي العام (وظيفة الأجندة)، ومن بينها ما هي المواضيع المميزة؟ لأي شعب ولأي حجج تحظى بمكانة خاصة، وأهمية مستقبلية متوقعة؟ هل هناك إجماع في عرض المواضيع، وفي تقييم مدى إلحاحها، واستشرافاً لمستقبلها؟

لقد كانت مسألة ما إذا كانت وسائل الإعلام تتوقع الرأي العام أو تعكسه فقط محور المناقشات العلمية لفترة طويلة جداً الآن. ووفقاً للآلية النفسية الاجتماعية التي أطلقنا عليها اسم "دائمة الصمت"، فإنه من المناسب أن ننظر إلى الإعلام باعتباره صانعاً للرأي العام. إنهم يشكلون البيئة التي يؤدي ضغطها إلى القتال أو الخضوع أو الصمت.<sup>9</sup>

#### 6- الانتقادات الموجهة لنظرية دائمة الصمت:

أشارت العديد من الدراسات إلى أن مفهوم الأقلية الصامتة يفتقر للدقة العلمية اللازمة، بالإضافة إلى عدم واقعيته. فالأقلية في الأنظمة الديمقراطية الحديثة تعبر عن اتجاهاتها ومعتقداتها وتشارك في النقاش الاجتماعي والسياسي وصناعة القرار خاصة في بعض الظروف، وهو ما جعل بعض الباحثين يتحدث في سياقات معينة عن الأغلبية الصامتة. في ظل رواج آراء ومعتقدات واتجاهات الأقلية.

كما تشكك الدراسات الحديثة في افتراض المضمون المتسق والمتكرر لوسائل الاعلام، خاصة في ظل وجود الديمقراطيات الغربية التي تختلف وتتباين فيها المصالح والآراء، لذلك فمن الصعب على وسائل الاعلام تبني اتجاه واحد وثابت في القضايا التي تهم الرأي العام لفترة طويلة نسبياً.

<sup>9</sup> Noëlle-Neumann Elisabeth, *op.cit*, pp 43-54.

يضاف إلى ذلك أن وسائل الاعلام لا تعبر بالضرورة عن اتجاه الأغلبية، بل تعكس أحيانا اتجاه الأغلبية المزيفة التي تروج لها، أو رأي الأقلية ذات النفوذ وتسيطر على مجرى الأمور.

كما أن صمت الأفراد في بعض الأحيان مرده عدم الاهتمام أو الجهل بالمواضيع المثارة، ولا يرجع بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية.

وفي الأخير نشير إلى أن تشكل الرأي العام هي عملية ديناميكية ومعقدة للغاية، تتدخل فيها العديد من العوامل التي تتجاوز وسائل الاعلام، وعلى رأسها المعلومات التي يحصل عليها الفرد من بيئته الاجتماعية والسياسية. بالإضافة إلى الثقافة السائدة والعادات والتقاليد وتجارب الأفراد وتاريخ الشعوب.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره ، ص ص 282-283.

المحور الثاني:

الرأي العام؛ التجليات، عوامل التكوين

والتشكل.

## أولاً: أبرز مظاهر وتجليات الرأي العام:

يرى أحمد بدر في كتابه الرأي العام طبيعة تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، أن تعريف فلويد ألبورت Floyd Alport يعد من أهم التعاريف التي تعالج مفهوم الرأي العام وتبرز خصائصه وأبعاده وتجلياته، حيث عرف الرأي العام على أنه تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين -سواء من تلقاء أنفسهم أو نتيجة دعوة موجهة اليهم- تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة... بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين في العدد ودرجة اقناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ اجراء معين -بطريقة مباشرة أو غير مباشرة- تجاه الموضوع الذي هم بصدده.

وهذا التعريف يُظهر الجوانب العامة للرأي العام كما يلي:

✚ من يدخل في التعريف؟ أشخاص كثيرون (أي موقف يشترك فيه عدد كبير).

✚ ما هو الموضوع؟ حالة محددة أو شخص معين أو اقتراح له أهمية واسعة.

✚ درجة الاتفاق؟ نسبة معينة أو عدد معين.

✚ الشدة والعمق.

✚ التأثير يعطي احتمال اجراء مؤثر وفعال.

حيث يركز هذا التعريف على تجليات الرأي العام وتمظهراته أي الرأي العام الفعلي لا الكامن ومع ذلك فهو لا ينكر وجود درجات متفاوتة من البروز والمشاركة والاهتمام بالنسبة للمسائل المختلفة. وهذه الدرجات تتراوح من التعصب إلى الاهتمام المعتدل إلى اللامبالاة.

ومن ناحية ثانية تعرف الباحثة الألمانية اليزابيت نوال نيومان الرأي العام على أنه تعبير الأشخاص عن رأيهم تجاه مواقف معينة بطريقة لا تعرضهم للعزلة عن المجتمع. أي أن تجليات الرأي العام مشروطة بعدم تعريض الأفراد للعزلة الاجتماعية نتيجة الآراء التي لا تتوافق مع اتجاهات الجماعة والأغلبية.

ويمكن تحديد أهم خصائص الرأي العام التي ترتبط بمظاهره وتجلياته في النقاط التالية:

+ يتطلب الرأي العام وجود قضية معينة تستدعي إبداء الرأي، سواء كانت هذه القضية عامة أو خاصة، حيث يدور حولها الرأي العام ويشكل أساس وجوده. يجب أن تكون هذه القضية مرتبطة ببيئة الجماعة ومصالحها، وأن تخلق حالة من التوتر الفعلي.

+ يفترض الرأي العام وجود "جماعة ما"، قد تشمل جميع أفراد المجتمع، مما يجعلها رأياً عاماً للمجتمع ككل، أو قد تكون جماعة جزئية تمثل قطاعاً محدداً أو عدة قطاعات من المواطنين، مما يؤدي إلى ظهور "رأي عام خاص".

+ يجب أن يكون لدى الجماعة رأي تجاه تلك القضية، سواء كان قبولاً أو رفضاً، يتم التعبير عنه شفهيًا أو كتابيًا. يتطلب الرأي العام تفاعلاً شعورياً أو لا شعورياً (عقلياً أو انفعالياً) بين أفراد الجماعة المعنية والموقف أو القضايا المطروحة.

+ يعكس الرأي العام سلوكاً موحداً لأفراد الجماعة المعنية، وهو لا يمثل مجرد تجميع لسلوكيات الأفراد، بل هو نتيجة تفاعل تلك السلوكيات.

+ في نهايته، يمثل الرأي العام تعبيراً عن طاقة جماعية تعكس شدة وقوة تفاعلات الأفراد في الموقف المعني، وقد تكون هذه الطاقة إيجابية تدعم القضية أو سلبية تدمرها.

وتتعدد أشكال وتجليات الرأي العام بناءً على مجموعة من العوامل المعقدة والمتداخلة، وأهمها البيئة والسياق السياسي والاجتماعي الذي يتكون فيه. حيث تختلف بيئة الرأي العام في دول العالم الثالث عن تلك الموجودة في الدول الديمقراطية. ففي دول العالم الثالث، يسود واقع اجتماعي تتعارض قيمه مع متطلبات الدولة الحديثة، مما ينعكس على العلاقات بين الحكام والشعب، وعلى مشاركة المواطنين في الشأن العام وإدراكهم لمسؤولياتهم في هذا السياق. في مثل هذه البيئات، يتميز الرأي العام والجمهور بغياب النضوج، مما يؤدي إلى سطحية في الآراء وسهولة انتقالها من موقف إلى آخر.

أما في الأنظمة الديمقراطية، فإن الجمهور يتمتع بعدة خصائص مميزة. ففي ظل هذه الأنظمة، تحدث عمليات تبادل التأثيرات وردود الأفعال، مع الاحتفاظ بمواقف متنوعة ومتباينة، حيث يتمتع الرأي العام بتسامح تجاه وجهات نظر الأقلية.

ويمكن الحديث هنا عن العديد من المبادئ التي تحكم وتميز تجليات الرأي العام أهمها:<sup>1</sup>

### 1- الثبات والتقلب:

حيث يعد الرأي العام ظاهرة متغيرة، وتمثل الانتقال من حالة إلى أخرى، فالناس عادة لا يثبتون على حالة واحدة. وهو ما يتمظهر من خلال تغير الآراء والاتجاهات لدى العامة من الشعب، ويحدث التغيير نتيجة عوامل ومؤثرات متباينة ومعقدة تجعل من الرأي العام ثابت نسبيا في قضايا معينة ومتقلب في قضايا أخرى.

### 2- التبرير:

التبرير بمعناه الواسع يعني تعليل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية انفعالية، والتبرير سلوك يحدث للرأي العام مثلما يحدث لدى الفرد. ويمكن التمييز بين ثلاثة أنماط من التبرير وهي:

➤ هناك التبرير الذي يعود تقليديا إلى الثقافة والعادات المتوارثة كما هو الحال بالنسبة للتعصب العنصري.

➤ النمط الثاني يشمل التبرير الذي يقوم به الزعماء ورجال الدعاية، كتبرير عوامل إجراءات أو أفعال معينة كسياسات التقشف وإعلان الحرب وما إلى ذلك.

➤ ويتعلق النمط الثالث بالتبريرات التي تظهر تلقائية بين الناس دون خلفية مسبقة، كالثقافة والعادات الموروثة أو تأثير الزعامة والدعاية.

### 3- الابدال:

<sup>1</sup> أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 1998، ص ص 87-90.

يقوم المجتمع بإمداد أعضائه الذين يعانون من مختلف أنواع القلق أو الفشل ببديل يخفف عنهم هذا القلق أو الفشل، ومن بين البدائل المقبولة في هذه الحالة تركيز الكراهية أو أسباب الفشل في جماعة أخرى تكون لها أخطاء معينة، وبالتالي هذه الجماعة تستخدم كضحية تتحمل أخطاء الآخرين، أي أن تكون هذه الجماعة من أولئك الذين ليس لهم رصيد مسبق من التعاطف والقبولية من قبل الرأي العام.

#### 4-التعويض:

عندما يتعرض الفرد لنوع من الأزمات التي لا يستطيع حلها، فإنه يلجأ عادة إلى ممارسة نوع آخر من النشاط التعويضي، وعندما تكون الدولة ضعيفة وحظها من التقدم محدود، فإنها تلجأ إلى تعويض ذلك النقص بإبراز صفات أخرى كتاريخها مثلا.

#### 5-الاسقاط:

وهو تفسير أعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا، فالشخص الذي يشعر ببعض العيوب يسقطها على غيره وينسبها إليه. ويحدث كثيرا أن تنتسب الشعوب بعض الصفات غير المرغوب فيها إلى شعوب أخرى كآلية لتخفيف الضغط الناتج عن شعورها بأنها تتميز بتلك الصفات، ولكي تصنع لنفسها أمجاد مزيفة تساهم في تقبلها لواقع مرير تعيشه أو للنفور منه.

#### 6-التقمص أو التماثل:

التقمص هو عكس الاسقاط، والتقمص يكون أحيانا طريقة من طرق التفاهم بين الأفراد في المجتمع، فكل شخص يتقمص شخصية المجتمع الذي ينتسب إليه. وحصيلة هذا كله هي مزيد من التنشئة الاجتماعية والسياسية في المجتمع.

#### 7-التطابق أو الاتفاق:

هي ميل الفرد للاتفاق مع رأي المجتمع، ويعتمد كثير من رجال الإعلان والدعاية على هذه الخاصية. فيذيعون مثلا إلى أن مثل هذا المنتج جميع الأوساط والفئات الراقية أو الأغلبية وهكذا.



## 8-التبسيط:

إن رغبة الجمهور الشديدة في الوقوف على تبريرات مفهومة وبسيطة ونهائية للقضايا أو المسائل العامة التي تثار في المجتمع، تدلنا إلى حد كبير على السبب الذي يجعل الناس مستعدين لتقبل التبسيط الذي يقدمه لهم شخص آخر، وخصوصا لما يأتي هذا التفسير المبسط من مصدر موثوق به.

وأخيرا تجدر الإشارة إلى أنه غالبا ما تتفاعل عمليات كثيرة من العمليات السابقة مع بعضها في وقت واحد. كأن تحدث عملية اسقاط مع عملية تقمص، وتتفاعل عمليات التبرير مع العوامل الاجتماعية الأخرى كالأحداث والزعامة وغيرها. أي أن تتفاعل كل من العوامل العقلية اللاشعورية مع العوامل الاجتماعية لخلق وتشكيل الرأي العام وتحديد تجلياته في الواقع. وهناك مجموعة من المبادئ العامة تحكم سلوكيات الرأي العام وتجلياته لخصها الدكتور أحمد بدر في كتابه الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة كما يلي:<sup>2</sup>

✚ يبقى الرأي العام كامنا حتى تظهر مسألة أو قضية عامة. وهذه القضية تظهر عادة حينما يوجد تصادم أو قلق أو خيبة أمل.

✚ الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، وعندما يصعب التغلب على الظروف التي أدت إلى هذا التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الابدال أو التعويض.

✚ يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادر معارفهم واتجاهاتهم على الآخرين (عملية الاسقاط)، أو عندما يفترض بعض الناس أن اتجاهاتهم ومعارفهم هي نفسها اتجاهات ومعارف الآخرين (عملية التقمص). أو عندما يكون لدى الناس جميعا نفس المعلومات المتشابهة بصورة عامة (عملية التبسيط).

<sup>2</sup> أحمد بدر، مرجع سبق ذكره، ص ص 87-90.

يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه، أي أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدافع أو العامل المؤثر كبيرة أو عندما يكون التعبير عن الاتجاه بالأفعال ذا نتائج إيجابية أكثر من النتائج السلبية.

ومما تقدم بوسعنا القول ان أبرز خصائص وسمات الرأي العام المتدخلة في تجلياته تتمثل في:

- يظل الرأي العام ساكنا حتى تظهر قضية للجماعة.
- يتقلب بسعة ويتأثر بالأحداث اليومية.
- لا يظل منفعلا لمدة طويلة.
- يتميز بحساسية شديدة للأحداث الهامة.
- يتحول الرأي العام إلى النقيض في وجود أحداث تثير السخط الشعبي.
- الرأي العام يكون شديد التأثر في حالة الكوارث التي تصيب المجتمع.
- يتأثر الرأي العام بكفاءة وقدرة القيادة.
- يسهل على الجماهير تحديد الأهداف ولكن يصعب عليهم تحديد وسائل تحقيقها.
- التعليم والاعلام الجيد يجعل الرأي العام رشيدا صلبا.
- الرأي العام القائم على الحقائق والمعلومات لديه القدرة على مواجهة الأحداث.

أولاً: مراحل تكوين الرأي العام:<sup>1</sup>

تعتبر ظاهرة الرأي العام ظاهرة معقدة يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلاً بسيطاً بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها، مؤثرات سيكولوجية ترجع إلى طبيعة الفرد نفسه وإلى طبيعة الجماعة وتأثيرها على الفرد، ومؤثرات سياسية، ومؤثرات ثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته. ورغم ذلك نحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الرأي العام وكيفية تشكله:

## 1-مرحلة الإحساس والإدراك:

يتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات والمثيرات التي يتلقاها عن طريق حواسه، تلك الحواس التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية. ويبدأ الإنسان في إدراك هذه المؤثرات إدراكاً حسيّاً، إلا أنها لا تقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الإنسان أن يدرك هذه المؤثرات كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة، ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بالإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية. والمعاني التي يخلعها الإنسان على ما يدركه من أشياء أو مؤثرات تتحدد وفقاً لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه. وهذا يعني أن الإدراك عملية معقدة وهي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية، ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تتبع من خبراته السابقة وفي حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة الثقافية والاجتماعية ومن ذلك يتضح أن عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر أو حاسة السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته.

## 2-مرحلة الرأي الفردي:

<sup>1</sup> خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار السان العربي، الجزائر، 2001، ص ص 34-37.

وفي هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع أو المؤثرات المختلفة وتتطوي هذه المرحلة على عنصر الاختيار فطالما أن الموضوع المثار هو موضوع جدلي تختلف حوله الآراء بين مؤيد ومعارض فإن الفرد يحدد لنفسه موقفا معين لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له وموقف الفرد حول موضوع جدلي واحد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون.

وهذا يؤكد ما انتهى إليه W.Lippman من أن تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر في الاستجابة للبيئة ولكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها في ذهن الإنسان هي التي تحدث استجابة، ويتفق ذلك مع وجهة نظر "أحمد عزت راجح" حول علاقة السلوك بالإدراك حيث أوضح أن الفرد يستجيب للبيئة لا كما هي عليه في الواقع بل كما يدركها كما تبدو له وحسبما يفرض عليها من معنى وأهمية.

### 3-مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة:

وفي هذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم اهتمام بالموضوع وكل منهم يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوفر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دورا حيويا في ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.

### 4-مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة (الرأي العام):

من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل إليه اغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور النوعي الذي تقبله ويصبح هذا الرأي رأيا عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور النوعي، وهذه العملية تتطوي على تضحية الفرد برأيه

الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة.

### ثانيا: خصائص الرأي العام المتدخلة في عملية تشكيله وبلورته:

➤ الرأي العام هو رأي جماعي لا يشترط أن يكون رأيا إجماعيا ومعنى ذلك أن الرأي الجماعي أي رأي الجماعة أي محصلة تفاعل آراء الجماعة من مؤيدين ومعارضين على السواء. ولا يشترط في الرأي العام أن يكون رأيا إجماعيا أي انه لا يشترط أن يتوفر الإجماع التام بين أفراد الجمهور، ذلك أن الإجماع العام يكون في اغلب الأحيان مبنيا على العرف والتقاليد والعادات، أما الرأي العام فأساسه الحوار والنقاش واحتكاك الأفكار وتفاعل الآراء، فالرأي العام كرأي موحد للجماعة، أمر لا يمكن تصوره حتى أثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من اجل كيانها وحياتها، ويرجع ذلك إلى اختلاف الجماعات في الشعب الواحد والى وجود فروق واضحة بين أعضاء المجتمع الواحد، وقد أكد هذا الاتجاه كل من "بارك"، "بورجس"، و"روس". وهذا يعني أن الرأي العام هو الرأي الغالب على ما حوله من آراء أخرى في جماعة معينة أو جمهور نوعي معين.

➤ الرأي العام يظهر حينما يقع حدث معين أو تثار قضية ويتصل هذا الحدث أو تلك القضية باهتمامات ومصالح الجمهور.

➤ 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 أو المسألة المثارة 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 فهو بذلك يعد ثمرة لتفاعل آراء أفراد الجمهور حول مسألة معينة .

➤ الرأي العام لا يفرض على الجماهير فرضا، بل هو تعبير إرادي وهو رد فعل واستجابة لمثيرات معينة في المجال السلوكي للجماعة، ويؤكد ذلك Trotsky حيث يقول إن البعض

يتهمنا بخلق الرأي عند الجماهير، وهذا الاتهام غير صحيح وكل ما هنالك أننا نحاول صياغته وهذا يعني أن الرأي العام يظهر بصورة تلقائية فما إن تظهر مشكلة أو قضية تمس مصالح الجماهير واهتماماتهم سرعان ما يتبلور لهذه الجماهير رأي نطلق عليه الرأي العام.

الرأي العام يتصف بالحركة والتغير من فترة زمنية إلى فترة زمنية أخرى، وهو في ذلك يختلف عن الاتجاه الذي يتصف بالاستمرارية لفترة طويلة لاتصاله اتصالاً وثيقاً بالتراث الثقافي من عادات وتقاليد.<sup>2</sup>

### ثالثاً: مظاهر الرأي العام:

نعني بمظاهر الرأي العام أنماط السلوك التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم حيال القضايا التي تمس مصالحهم حيث تقسم إلى قسمين:

#### 1- المظاهر الايجابية: وتتمثل في:

**الثورات:** وهي احد الأساليب العنيفة التي تستعمل للتعبير عن الرأي العام وتندلع حيث يرسخ في ضمير الجماهير أنه لا فائدة من التعبير الكلامي عن مطالبهم (السلطة في واد والشعب في واد آخر).

**المظاهرات:** حيث يتخذها الشعب وسيلة بغرض إشعار القادة والحكومات عن آرائهم نحو المشكلة.

**نشر الشائعات:** عندما لا تسمح الحكومات بالمظاهرات ولا يجد الشعب وسيلة للتنفيس عن الرأي العام يلجأ لهذا الأسلوب كمظهر للتعبير عن وجهة النظر وذلك لإزعاج الحكومات (رواية تناولتها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها).

**الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة:** وهي إحدى أشكال التجمع الشعبي حيث تحدث لقاء قريباً بين الجماهير لدراسة مشاكل المجتمع والخروج بحلول تكون مرشداً للقادة.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره ، ص 258.

أجهزة الإعلام: هي الوسائل التي يستعملها الأفراد متى كانت متاحة لهم للتعبير عن الرأي العام.

الانتخابات: عبر فيها الجمهور عن رأيه من خلال اختيار القادة والحكام.

## 2-المظاهر السلبية: وتتمثل في:

المقاطعة السلبية والاستهتار، أو الإضراب عن العمل والاعتصام وتعكس هذه الأساليب حالة عدم الرضا السائدة لدى الرأي العام اتجاه السلطة واحتجابه على سياستها كما تعني انعدام الاتصال بين الشعب وقادته وعدم مشاركة الجماهير في اتخاذ القرار السياسي بصورة حقيقية وهذه الأساليب ليست بالأساليب الديمقراطية في التعبير عن الرأي العام لأنها قد تنعكس سلبيا على الشعب في حد ذاته وان كانت تختلف فيما بينها في قدر النتائج السلبية الناجمة عنها.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، بيروت، 1990، ص ص 65-66.

## أولاً: عوامل الرأي العام:

الواقع أن عملية تكوين الرأي العام من العمليات المعقدة التي لها جذورها في مجالات مختلفة، ويتكون الرأي العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العناصر الفسيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية المتداخلة بحيث يمارس كل منها أثراً في تكوين الرأي العام وهذه العوامل هي<sup>1</sup>:

## 1-العوامل الفسيولوجية الوظيفية:

فهناك مثلاً سمات جسمية تؤثر على عقلية الفرد وأفكاره، فالمريض تكون أفكاره عليلة، وقد تكون نظرتة للحياة متشائمة. كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التي عني بها علماء الجريمة من أمثال لومبروزو بدراسنها وقد اتضح أخيراً أن الغدد الصماء وما تفرزه من هرمونات تؤثر تأثيراً مباشراً على نفسية الفرد فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية مثلاً يصبح الفرد متوتراً وقليل الاستمرار وسريع الغضب.

## 2-العوامل النفسية :

هناك عوامل نفسية تؤثر في الفرد وفي سلوكه، فقد يكون الإنسان متصفاً بالحب لأن غريزة الخوف قوية لديه أو انه لم يكتسب بعد صفات التسامي والإعلاء sublimation، وتلعب الأهواء دوراً بالغ الأهمية في بلورة الرأي العام وذلك حسب الظروف السائدة ففي غمرة الحرب مثلاً يتقبل الناس آراء ويعتقدون في صحتها وأهميتها، بينما يشكون فيها وقت السلم أي في الظروف العادية وحتى في الأحوال العادية يتأثر الرأي العام بأفكار لا شعورية دون أن يعرف الناس، فاللاشعور يؤثر في توجيه أفكارنا وآرائنا بصدد عمل أو حادثة أو فكرة وذلك تبعاً لخبراتنا السابقة لما مر بنا من انفعالات وصدمات.

## 3-العوامل الاجتماعية والثقافية:

<sup>1</sup> عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996، ص ص 38-



وهي تمثل مجموع العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التي تنظم حياة الإنسان داخل البيئة التي يعيش فيها، وأفكار الشخص الذي نشأ في بيئة مترفة غير الشخص الذي نشأ في بيئة مغايرة وللعادات المكتسبة أثناء عملية التنشئة الاجتماعية المختلفة أثرها على ما يصدره الفرد من أحكام ومما لاشك فيه أن الدين والتعليم والعادات المكتسبة تؤثر في نفسية الفرد وما يصدر عنه من أفكار وآراء ويتأثر الرأي العام تأثراً شديداً باتجاهات الجماعة الأولية وقيمتها، وهكذا فإن الثقافة تعد من أخطر العوامل المؤثرة في الرأي العام اتجاه موضوع معين، ومثال ذلك أن كراهية الأمريكيين البيض للزنج كان نتيجة عناصر ثقافية خضعوا لها في الماضي حيث ظروف الثقافة التي يتعرض لها الطفل الأمريكي تكسبه الاتجاه العدائي ضد الزنوج.

#### 4-العوامل السياسية:

تسمح الديمقراطية بذبوع وانتشار الرأي العام ولا تعمل هيئات في الخفاء، كما تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الرأي بين أفراد المجتمع وذلك على عكس ما هو موجود في ظل الدكتاتورية وبالإضافة إلى ذلك فان الحريات العامة وهي حرية الرأي وحرية الصحافة والكتابة وحرية الاجتماع والعمل وغيرها تعد من مكونات الرأي العام. ويعتبر وجود القادة الذين يتميزون بالقدرة على التأثير على الآخرين من العوامل الهامة في تكوين الرأي العام وذلك لما يتميزون به من قدرة على معرفة الرأي العام ومعرفة بأحاسيس الجماهير وحينما تتوفر ثقة الجماهير في القادة فإنه يصبح أداة قوية وفعالة في تغيير اتجاهات الجماهير والتأثير عليهم وتكوين الرأي العام الذي يؤيد القضايا التي يدعو إليها.

#### 5-الأحداث والمشكلات :

تعتبر الحوادث والمشكلات والأزمات التي يتعرض لها مجتمع معين من العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام، فمهما قيل عن عبقرية جوبلز فالحقيقة انه لا هتلر ولا جوبلز ولا غيرهما من الدعاة والعباقرة كانوا يستطيعون تحويل ألمانيا إلى النازية دون الاعتماد على الأزمة الاقتصادية والشعور بالقلق وعدم الأمن بين صفوف الألمان فالتغيير الثوري ليس حركة فجائية تحدث في فراغ ولكنه تعبير عن ظروف موضوعية وأحداث سياسية

واقصادية واقعية ولهذه الأسباب نجحت الثورة الشيوعية في الاتحاد السوفيتي وأمكن صياغة الوعي الجديد بين طبقة العمال، وقد يكون الرأي العام مؤقتا كالذي يحدث نتيجة مشكلة بين أصحاب العمل والعمال عند مناقشة الأجور مثلا ففي هذه الحالة يزول الرأي العام بزوال المشكلة.

## 6- الإعلام والدعاية :

الإعلام هو العمليات التي تهدف إلى نشر المعلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة، واحترام عقول الجماهير وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره، أما الدعاية فهي العمليات التي تحاول تكوين الرأي العام عن طريق التأثير في شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة، ومن هنا فإن كلا من الإعلام والدعاية ووسائل الاتصال والصحافة وإذاعة ومسرح وسينما واجتماعات عامة تعد قوة ايجابية فعالة لها تأثيرها الناجح في تكوين الرأي العام فالدعاية عجلت من هزيمة الألمان في الحربين العالميتين، كما تلجأ بعض أجهزة الدعاية السياسية إلى جعل بعض الجماعات الثانوية كالاتحادات المهنية والطلابية والجمعيات الدينية مسارب تسري فيها الدعاية الحربية وتعزز اتجاهاتها.

## 7- الشائعات :

وهي الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتبادلها الناس ويتناقلونها دون التثبت من صحتها أو التحقق من صدقها. ويميل كثير من الناس إلى تصديق ما يسمعون ثم يأخذون في ترديده ونقله وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة.

## ثانيا: العناصر المتدخلة في تشكيل الرأي العام:

يتشكل الرأي العام بناء على التفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية خلافية أو موضوع جدلي تتعرض فيه الآراء، فالرأي العام هو عملية التفاعل التي تحدث بين أفراد مجتمع ما حول إحدى القضايا المطروحة بحيث يتكون رأي الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين

جميع المواقف، مثلما اختلف باحثي العلوم الإنسانية بتحديد مفهوم الرأي العام حيث اختلف حول كيفية تكوينه وعوامل تشكله، في الوقت الذي يركز فيه باحث الاتصال على أهميته لدوره الإعلامي في تشكيل الرأي العام، ويركز باحث العلوم السياسية على أهمية الحرية والديمقراطية والوعي لطبيعة الصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في تشكيل الرأي العام، بينما يركز الاجتماعيون على أهمية حصيلة الخبرات الاجتماعية السابقة لدى الأفراد ودوره في تشكيله الرأي العام.

أما علماء النفس المهتمون بدراسة الرأي العام فيركزون على أهمية مفاهيم التوافق الاجتماعي، وسعي الأفراد نحو القبول من الآخرين كمتغيرات تؤثر في تشكيل رأي الأفراد تجاه القضايا المطروحة قصد القيام العادات والتقاليد الأسرة والتنشئة الاجتماعية والثقافية.

### 1- الجماعة:

يقصد بالجماعة في بحوث الرأي العام مجموعة من الأفراد ينتمون إلى مؤسسة واحدة كالأسرة أو المدرسة أو النقابة، وقد يزداد حجم الجماعة فتشمل الوطن كله وقد تتسع لتضم العالم بأسره.

ويستخدم لفظ الجماعة ليدل على عدة معاني منها مجموعة من الناس يجلسون معا أو يسيرون معا أي أن الجماعة في هذه الحالة هي تجاوز المكان بغض النظر عن الهدف الذي يسعى إليه أعضائها.

ونستخلص مما سبق أن الجماعة هي مجموعة من الأفراد يتفاعلون مع بعضهم البعض تفاعل بناء بحيث يؤثر كل منهما في الآخر، يحقق أهدافا خاصة وعامة مع وجود روابط متعددة بينهم، ومن العوامل التي يتأثر بها الفرد من تداخل الاتجاهات وآرائه نحو الموضوعات المختلفة ما يشكل سلوكه وتصرفاته ومواقفه.

وللجماعة أهمية كبيرة في حياة الفرد تتمثل في إشباع حاجات الإنسان المختلفة وللجماعة عدة خصائص منها تفاعل هؤلاء الأفراد بعضهم مع بعض تفاعلا هادفا لتحقيق

أغراض أو أهداف معينة منها ما هو خاص ومنها ما هو عام، وتفرض الجماعة على الأفراد معايير معينة توجه سلوكهم وتحدد ما هو مقبول وما هو مرفوض من أنماط السلوك لدى كل عضو في الجماعة. وبناء على تلك الإمكانيات والمصادر يشتركون معا في تسيير وتوجيه أنشطة الجماعة من خلال تنظيم الوظائف والأدوار، ففي المدرسة توجد أدوار متعددة تكون التنظيم العام للمدرسة ويجد أعضاء الجماعة أن انتمائهم لها يحقق لهم الكثير من العوائد المادية والفوائد المعنوية، ويربط أعضاء الجماعة شعور بأنهم كوحدة واحدة، وهناك عدة روابط داخل الجماعة منها الروابط الوجدانية، والروابط المستمدة من السلطة والقوة وروابط الاتصال وروابط المستمدة من وجود هدف مشترك.

إن الرأي العام لا يمكن أن يتشكل وينتشر إلا بوجود الجماعة والجمهور الذي يتكون منه المجتمع بفئاته وطبقاته ومستوياته المختلفة، ويرى جيمس برايس أن مدى نجاح الحكومات المنتخبة بإرادة الشعب وتمييزها بأداء أعمالها لا يرجع دائما إلى الحكمة التي تتصف بها تلك الحكومات، وإنما يعود إلى ما تتمتع به من قوة وتكمن تلك القوى عادة في سياستها التي تبنيها على أساس موافقة شعوبها عليها فتؤيدها الغالبية العامة إما صراحة أو ضمنا في أعمالها وإجراءاتها المختلفة.<sup>2</sup>

## 2- الدين

يمارس الدين بوجه عام رقابة على ممارسات وسلوكيات الأفراد والجماعات في مختلف مناحي الحياة بما ينظمه من عبادات ومعاملات وأخلاق وعقائد تستمد قوتها من التشريع الإلهي، مما يجعل الجماعة تستند عليه في إطلاق أحكامها على القضايا والمواضيع والمشكلات، وتعمل القيم الدينية كدوافع أو مثيرات لسلوك الجماعة في المجتمعات الإنسانية عامة وإثبات الرأي داخل الجماعة أو تغييره، لذلك من الصعوبة إقناع الإنسان الذي يتمسك بمعتقداته الدينية الراسخة على قبول الفكرة أو دعوة تتعارض مع معتقداته الدينية، ويشير

<sup>2</sup> عبد الحليم محي الدين، الرأي العام: مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله، وظائفه وقوانينه، طرق قياسه وأساليبه تغييره، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2009، ص ص 108-110.

الباحثون إلى أن التعاليم الدينية تؤثر في الرأي العام لدى الأفراد من خلال عدة طرق مثل استراتيجيات القادة الدينيين في المناقشة والخطابة والتوعية الدينية، واستخدام الأسلوب المنطقي والإقناع بالحجج ونشر التعاليم الدينية.

### 3- العادات والتقاليد والقيم:<sup>3</sup>

#### أ- العادات:

العادة بمعناها اللغوي هي كل سلوك متكرر حتى صار يفعل من غير جهد وأصبح يتكرر على نهج واحد، كما تعني العادة الأنماط السلوكية المكتسبة عن طريق التعويض والتكرار، في حين تعرف العادة في القواميس الاجتماعية بأنها صورة من صور السلوك الاجتماعي والعادات ظاهرة اجتماعية تتعلق بفعل الناس، ويستمد وجودها من الفطرة الاجتماعية فهي ضرورة اجتماعية تصدر عن المجتمع دعوماتها قبول الناس لها.

#### ب- التقاليد:

تعني التقاليد من الناحية اللغوية العادات المتوارثة التي يقلد فيها الخلف السلف، والتقاليد يقدها الناس عادة حتى وإن بدا فيها ما لم يفهم سببه وما لا يقره العقل تماما وهي عنصر مهم في السلوك والتربية.

وتتصف التقاليد بخاصية الاستمرارية من جيل إلى جيل والرغبة بالالتزام والتمسك بها لأنها تأتي من أسلافنا وآبائنا الذين يورثوننا إياها بوصفها ومفيدة وصحيحة.

ويتضح مما سبق أن للتقاليد تأثيرا في تكوين الرأي العام لأنها تمثل مجموعة من القواعد السلوكية الاجتماعية التي ارتضاها المجتمع، وهي تنتشر من الماضي إلى الحاضر لكسبها تقليدا يتوارثه الخلف عن السلف. وهناك اختلاف بين العادات والتقاليد يتمثل في أن العادات الاجتماعية أنماط السلوكية ألفها الناس ويسيرونها عليها، وهم يتصرفون بمقتضاها دون التفكير

<sup>3</sup> خليل أبو الأصبع صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص

فيها وهي تختلف من مجتمع لآخر وفق لخصائصه وسماته التي تميزه، أما التقاليد فهي أنماط سلوكية ألفها الأفراد ويشعرون نحوها بقدر كبير من الاحترام ولا يفكرون في العدول عنها أو تغييرها.

### ت- القيم:

للقيم الأهمية الكبرى في حياة المجتمعات والأفراد فهي التي تحدد معالم الايدولوجيا أو الفلسفة العامة للمجتمع، والقيم السائدة في المجتمع الرأسمالي تختلف عن القيم السائدة في المجتمع الاشتراكي، والقيم السائدة في المجتمع الديني تختلف عن القيم السائدة في المجتمع العلماني، وتعد القيم من المعالم المميزة للثقافات الفرعية داخل المجتمع الواحد، وللقيم أهميتها في تكوين الرأي العام، لأنها مصدر لتشكيل سلوك الأفراد وتعامله الاجتماعي فهي المعايير التي يستخدمها أفراد الجماعة في الحكم على السلوك السوي والغير السوي، وتختلف تعريفات القيم بناء على المجال الذي تستخدم فيه أو تنتمي إليه وتبعاً لنوع القيم ذاتها.

ويؤدي نسق القيم مجموعة من الوظائف للمجتمع أهمها ربط أجزاء الثقافة ونظمها بعضها ببعض حتى تبدو متناسقة وتخلق تشابه أخلاقي بين أعضاء مجتمع معين وتوضح معنى الحياة وبالهدف الذي يجمعهم من اجل البقاء، كما إن التكامل الأخلاقي في جماعة معينة يكون محكوم بالقدر الذي يتبنى به جميع أعضاء الجماعة للقيم المشتركة، وتشير القيم إلى مجموعة من المعايير العامة والدائمة وتعد من أكثر مكونات الميول السياسية قوة وتأثيراً على الرأي العام.

### 4- الأسرة

تعني من الناحية اللغوية كما ورد في المعجم الوسيط بمعنى الدرع الحصينة وأهل الرجل وعشيرته والجماعة يربطها أمر مشترك. وهي مجموعة من الأفراد الذين يرتبطون معا برباط الزواج أو القرابة ويعيشون معا في تفاعل، وتتكامل أدوارهم في مسكن واحد وذلك على أساس من علاقات الدم أو القانون أو العرف والقرابة.

وتعد الأسرة إحدى المؤسسات الاجتماعية المهمة في تكوين الرأي العام، لأن التأثيرات المكتسبة في المراحل الأولى من العمر تكون ذات تأثير قوي وشبه دائم.<sup>4</sup>

### 5- التنشئة الاجتماعية:

هي عبارة عن عملية تعلم وتعليم قوامها التفاعل الاجتماعي وتهدف إلى إكساب المرء طفلاً فمراهقاً فراهداً فشيخاً سلوكاً ومعايير واتجاهات ملائمة لأدوار اجتماعية معينة. وتكمن أهمية التنشئة الاجتماعية في اكتساب المرء إنسانيته عن طريق التنشئة وتعلم الإنسان اللغة والعادات والتقاليد والقيم السائدة في جماعته ويتعايش مع ثقافتها، ولكل مجتمع صفات خاصة تعمل التنشئة الاجتماعية على تحقيقها لضمان توافق الشخصية الفردية مع المجتمع.

### 6- التراث الثقافي

تلعب الثقافة دوراً مهماً في تكييف الأفراد والجماعات وتهيئتهم للقيام بأفعال والاستجابة لأفكار معينة تحدد أنماط سلوكهم الجماعي، ومفهوم الثقافة من المفاهيم المحورية في علم الاجتماع بصفة عامة والانثروبولوجيا الثقافية بصفة خاصة، وبشكل إحدى الأفكار الكبرى التي ساعدت البشرية على انجاز الكثير من التقدم العلمي والتطور الفكري، وليست وليدة عقد أو عدة قرون من الزمن بل هي ميراث اجتماعي لكافة منجزات البشرية.

والثقافة تنظيم يشمل مظاهر الانفعال والأفكار والمشاعر الثقافية المكتسبة فهي مصطلح اجتماعي للسلوك المكتسب المتعلم، والثقافة عقلية لأنها تتكون من السلوك المكتسب القائم على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد.

<sup>4</sup> عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1984، ص 88.

وتعمل الثقافة في الغالب كموجه للرأي العام، فجل ما يؤمن به الأفراد مستمد من ثقافتهم. ويتم قبول أو رفض العديد من الأمور من طرف الأفراد انطلاقاً من مطابقتها أو معارضتها لقيمهم الثقافية.

#### 7- المؤسسات التعليمية:

يزيد النظام التعليمي من اهتمامات الأفراد بالقضايا العامة والمشاركة في الحياة السياسية، ويعتبر التعليم من العوامل المساعدة في معرفة الفرد لحقوقه الشخصية والمدنية، وإن المؤسسة التعليمية تعد من بين أهم العوامل التي تساهم في تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهاته من مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث قوة اتجاهه.

#### 8- وسائل الإعلام:

أصبحت وسائل الإعلام من ضروريات الحياة وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل المؤسسات ومقومات ومكونات البناء الاجتماعي وعلى عاتقها تقوم عملية شرح وتقديم المعلومات والأخبار للمواطنين، وزاد تطور التكنولوجيا الهائلة لوسائل الإعلام من قدرة هذه الوسائل في الوصول إلى الجماهير وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة، وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال وسائل الإعلام الجديدة في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية.

ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعاً للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، واتخذت وسائل الاتصال المقروءة أو المسموعة والمرئية أهمية بالغة في الحياة السياسية في العصر الحالي. وتتباين أدوارها تبعاً لطبيعة كل وسيلة إعلامية، فلكل وسيلة عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن بقية الوسائل



الأخرى. إلى جانب الميول السياسية للأفراد والوعي السياسي وخطاب الصفوة في وسائل الإعلام، التي تعد عوامل مهمة لها دور في تشكيل اتجاهات الرأي العام.<sup>5</sup>

### 9- النظام السياسي:

تلعب الأوضاع السياسية السائدة داخل الدولة دورا فاعلا في تكوين الرأي العام ففي النظام الديمقراطي تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المعارض لأن الدستور كافل لحق المواطن في حرية التعبير عن الرأي، وتهدف الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام بهدف كسب تأييد الغالبية الشعبية لمساندة خططها وبرامجها، وتهتدي الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيق ذلك منها التنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير واستخدام وسائل الإعلام كأداة لشرح سياستها، وصولا للتأثير في الرأي العام وكذلك من خلال الاهتمام باستطلاعات رأي العام.

وتسعى مختلف النظم السياسية إلى تدعيم شرعيتها قانونيا وسياسيا من خلال كسب تأييد الرأي العام، وتحرك وسط ما تعرضه من إطار عام للحركة السياسية كيف تتحكم طبيعة النظام السياسي في تحديد مستوى العلاقة بين السلطات الحاكمة والمحكومين.

هذا الاهتمام بالرأي العام غرضه تطوير الرأي العام وزيادة قوته واهتمام الحكومات الديمقراطية بكسبه والاهتمام بمشاركته في العمل السياسي حتى تكون القرارات السياسية ممثلة لاتجاهات الرأي العام،

أما في الأنظمة غير الديمقراطية التسلطية التي تسيطر فيها الحكومات على أفراد الشعب وتتحكم في آراءهم وتطلعاتهم وتقييد حريتهم وتعطل حقوقهم الدستورية، فإنها تحاول فرض نظام سياسي معين دون السماح بوجود معارضة سياسية، كما تفرض سيطرتها بكبت الحريات ووضع القيود القانونية وغيرها على الحرية الفردية والجماعية وتفرض هيمنتها على

<sup>5</sup> خالد أبو سمرة وآخرون، سيكولوجيا الرأي العام، دار الراجعية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 66.

وسائل الإعلام التي تمتلكها بهدف تقييد الرأي العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يخدم أهدافها وسياستها...<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> حسن فياض عامر، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان، موسوعة القوانين العراقية، بغداد، 2011، ص 41.

## المحور الثالث:

المجتمع المدني وعلاقة الرأي العام  
بوسائل الاتصال التقليدية والحديثة

## تمهيد:

تلعب وسائل الإعلام مثل التلفزيون والصحافة والإنترنت دوراً محورياً في توصيل ما يحدث في العالم إلى الجمهور. وفي الحالات التي لا يمتلك فيها الجمهور معرفة مباشرة أو خبرة بما يحدث، يصبح معتمداً بشكل خاص على وسائل الإعلام لإعلامه. وهذا لا يعني أن وسائل الإعلام تخبرنا ببساطة بما ينبغي لنا أن نفكر فيه.. فالناس لا يستوعبون الرسائل الإعلامية دون تفكير. ولكنها تشكل عنصراً أساسياً في تحديد الأجندات وتركيز المصلحة العامة على مواضيع بعينها، وهو ما يعمل على الحد من نطاق الحجج والمنظورات التي تشكل المناقشة العامة. لقد كشف ظهور وسائل الإعلام الرقمية أن العالم يتكون من كتلة من المعلومات المتداولة والمتفرقة والمتناقضة في كثير من الأحيان. كما أصبح التدفق الفعال للمعلومات بين المجموعات المختلفة المتميزة في المجال العام ممكناً تاريخياً من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، التي تعمل بشكل منهجي على تحرير وتفسير كتلة المعلومات، مما يعطي بعض المعنى للعالم بالنسبة للجماهير. وبما أن بعض المعارف تم الترويج لها على حساب غيرها، فقد تم منحها فعلياً مكانة مميزة لكونها موثوقة، وفي بعض الحالات، صادقة ومساهمة إلى حد بعيد في تشكيل رؤية الناس وإدراكهم للواقع وتشكيل الرأي العام.<sup>1</sup>

## أولاً: مفهوم المجتمع المدني:

يشير مفهوم المجتمع المدني إلى جميع الجمعيات غير الحكومية التي تعمل كمجموعات ضغط للدفاع عن مصالح الأفراد والجماعات التي تمثلها. ومن خلال ممثليها، ونشاط جمعياتها، ونقاباتها، ومجموعات المستهلكين، فإنها توفر الجهات الفاعلة والقوى المضادة المستقلة عن الدولة والسوق والتي تعتبر ضرورية لحسن سير العمل في الديمقراطية. ويمكنها، على سبيل المثال، أن تؤثر على احترام حقوق الإنسان، وتغيير العلاقات الاجتماعية، وخيارات تخطيط التنمية، والقضايا البيئية وجميع المسائل التي تهم المصلحة العامة.

<sup>1</sup>يوسف كافي مصطفى، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 143.

كما يستخدم المصطلح للإشارة إلى الحركات الاحتجاجية الموجودة في المجتمعات الحديثة. ويتعارض مفهوم المجتمع المدني مع مفهوم المجتمع السياسي (أو النظام السياسي) أو يختلف عنه. ويرتبط استخدامه أحياناً بانتقاد النخب السياسية والآليات التقليدية للتمثيل السياسي. في أغلب الأحيان، يغطي المجتمع المدني حركات متنوعة ومجزأة، ويختلف مستوى تنظيمها: الحركات السلمية، والبيئية، والنسوية، والمجتمعية، والنقابية، وما إلى ذلك.<sup>2</sup>

يمكن أن يشير المصطلح أيضاً إلى تصرفات المواطنين لمرة واحدة ومعزولة وعابرة لأنها مرتبطة بقضايا محددة. تم استخدام هذا التعبير أيضاً لتعريف الحركات الاحتجاجية في البلدان الشمولية؛ ثم يعارض المواطنون المستقلون الدولة (على سبيل المثال: اتحاد التضامن في بولندا خلال الثمانينيات). علاوة على ذلك، ارتبط التعبير في الولايات المتحدة بمجموعات من المواطنين المعارضين لوجود الدولة، والذي يعتبر مفرداً في بعض مجالات النشاط الاقتصادي، على الأقل في نظرهم.

وباختصار، يُستخدم مصطلح المجتمع المدني اليوم في سياقات مختلفة جداً ووفقاً لأهداف سياسية متنوعة؛ لكنها في جميع الأحوال تحمل مسافة، بل وتحدياً، تجاه صناع القرار السياسي.

وغالباً ما تشير هيئة الأمم المتحدة إلى المجتمع المدني على أنه "مجموعة واسعة من المنظمات غير الحكومية وغير الربحية التي تحرك الحياة العامة، وتدافع عن مصالح وقيم أعضائها أو غيرهم، استناداً إلى اعتبارات أخلاقية وثقافية وسياسية وإنسانية". علمية أو دينية أو خيرية: المجموعات المجتمعية، والمنظمات غير الحكومية، والنقابات، ومنظمات السكان الأصليين، والمنظمات الخيرية، والجماعات الدينية، والجمعيات المهنية والمؤسسات الخاصة.

<sup>2</sup> كاظم الدعي غالب، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت -تقاليد موروثة وسلطة مطلقة-، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 113.

وفي تاريخ الأفكار السياسية، يعد هذا الاستخدام حديثاً نسبياً. تقليدياً، تم تعريف المجتمع المدني، على العكس من ذلك، بأنه مجتمع المواطنين المنظمين بموجب القواعد والقوانين والحكم السياسي. وهذا هو حال جون لوك (1632-1704)، المفكر الليبرالي؛ ومن ثم يعارض المجتمع المدني الوضع الطبيعي (حالة الطبيعة). لقد كان هيجل (1770-1831)، الفيلسوف الألماني، هو أول من وضع التمييز بين الدولة والمجتمع المدني، كما هو مفهوم اليوم.

ويشير المجتمع المدني إلى جميع أنواع المجموعات التي ينتمي إليها الناس وتتشكل حول مصلحة مشتركة أو رؤية لمصلحة الجمهور: على سبيل المثال، الجمعيات والجمعيات الخيرية أو الدفاعية، الأندية، الشركات، النقابات والمنظمات المهنية والجمعيات الصناعية أو المجموعات المصالح الأصلية أو العرقية، والمنظمات الدينية، مراكز الفكر والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات المستقلة.

### ثانياً: خصائص المجتمع المدني:<sup>3</sup>

هناك ثلاث خصائص تحدد المجتمع المدني في الأنظمة الديمقراطية:

**المجتمع المدني يعمل من أجل المصلحة العامة:** من خلال التعبير وإبداء الرأي في القضايا التي تهم المجتمع والحياة العامة. وآراء المجتمع المدني في المصلحة الاجتماعية والسياسة والسياسات متنوعة وفي بعض الأحيان متناقضة أو متضاربة، ولكن يحرص المجتمع المدني أن تهدف جميعها إلى تحسين التوازن الاجتماعي. على عكس الأحزاب السياسية التي تهدف للوصول إلى السلطة. ولا يسعى المجتمع المدني إلى التأثير على المصلحة العامة من خلال أن يصبح عضواً في الحكومة.

**المجتمع المدني منظم ومؤطر لكن يحتفظ بالاستقلالية والحرية:** ويمكن تنظيمها في مجموعات غير رسمية معترف بها بموجب القانون (مثل الجمعيات والمنظمات والمؤسسات، الخ) أو يتم تنظيمها بشكل غير رسمي، على أساس علاقات اجتماعية أكثر مرونة بين

<sup>3</sup> سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 104-106.

الناس (النوادي والحملات الاجتماعية الشعبية، اجتماعات منتظمة، منصات، الشبكات، الخ). ومع ذلك، بغض النظر عن الطريقة التي تنظم المجتمع المدني وتحدد المشاركة والعضوية فيه، تبقى مجموعات المجتمع المدني هي دائما طوعية ومستقلة عن سيطرة الحكومة (ولكن ليس دائما من دعم الدولة).

**المجتمع المدني لا يهدف إلى تحقيق الأرباح:** تحتاج هيئات وجمعيات المجتمع المدني في كثير من الأحيان إلى التمويل لأنشطتها، والتي تحاول تغطيتها من المساهمات والأموال المخصصة لهذا الغرض (بما في ذلك من الحكومات)، ويبقى التمويل غايته تغطية تكاليف مختلف أنشطة المجتمع المدني فقط من منطلق أن تحقيق الأرباح ليس هو سبب وجود منظمات المجتمع المدني. كما أن القوانين في العديد من البلدان تمنع أو تجرم تحقيقها لأي ربح مادي. وتدافع منظمات المجتمع المدني في بعض الأحيان عن المصالح الاقتصادية، ولكن لا تشارك أبداً في الأنشطة التجارية بدافع الربح.

يشمل المجتمع المدني جميع أنواع النشاط الاجتماعي التي ليست جزءاً من شؤون الدولة أو الحكومة، وتتشكل مجموعات المجتمع المدني حول مشكلة أو ذات مصلحة مشتركة، مما يعني أن منظمات المجتمع المدني تفهم وتعي توجهات واتجاهات الرأي العام وتتوافق معه. ولما يكون المجتمع مدني جيد التنظيم يمكن أن يشكل وسيلة فعالة للتمثيل الديمقراطي لها آثار كبيرة على المجتمع.

### ثالثاً: وظائف المجتمع المدني:

أشارت منظمة الأمم المتحدة إلى أن المجتمع المدني يساهم يوميا في تعزيز وحماية وتحسين حقوق الإنسان في كل أنحاء العالم. ومهما اختلفت تسميتهم –المدافعون عن حقوق الإنسان، المنظمات غير الحكومية لحقوق الإنسان، نقابات المحامين، النوادي الطلابية، نقابات العمال، المعاهد الجامعية، المدونين أو الجمعيات الخيرية التي تعمل مع فئات عرضة للتمييز – فإن العناصر الفاعلة في المجتمع المدني تعمل لأجل مستقبل أفضل وتشارك في أهداف عامة لتحقيق العدالة والمساواة واحترام الكرامة الإنسانية.

وتقوم العناصر الفاعلة في المجتمع المدني بتأدية عملها في مجال حقوق الإنسان عبر طرق عدة: كالتعبير عن انشغالات المواطنين والرأي العام؛ العمل على رآب الصدع في المجتمعات التي تعاني من الصراعات؛ الدفاع عن الفئات التي تعاني من التمييز أو الحرمان؛ تبادل المعلومات؛ مناصرة ومراقبة تنفيذ معايير حقوق الإنسان؛ التبليغ عن أي انتهاكات تتعلق بهذا الموضوع؛ مساعدة ودعم ضحايا الانتهاكات؛ إطلاق حملات من أجل تطوير معايير جديدة لحقوق الإنسان؛ وتقديم المشورة بشأن السياسات لدفع جدول الأعمال الخاص بحقوق الإنسان؛ والمساهمة في توفير نظام حماية فعال على الصعيد الوطني وتقديم التدريب في هذا المجال. ويشارك أيضا المجتمع المدني في عمليات صنع القرار<sup>4</sup>.

#### رابعاً: أساليب المجتمع المدني في تعبئة الرأي العام:

وتقوم مختلف هيئات ومنظمات المجتمع المدني بأدوارها من خلال محاولة استمالة الرأي العام وتشكيله وتوظيفها لصالحها كما تستعين بمختلف وسائل الاعلام عن طريق:

➤ **التعريف بالقضية:** من خلال احاطة الرأي العام بكل المعلومات اللازمة عن القضية المطروحة وتبسيط الضوء على مختلف أبعادها وتقديم الشرح والتبسيط اللازم ليدركها ويفهمها كل أعضاء المجتمع المستهدف.

➤ **تضخيم التعبئة وتوسيع نطاقها:** من خلال مختلف الأنشطة والحملات الاتصالية والإعلامية التي تهدف للوصول إلى مختلف شرائح المجتمع والفاعلين وكسب تأييدهم وتعاطفهم وتضامنهم مع القضية المطروحة.

➤ **تعبئة الرأي العام وتجنيده:** وتستخدم خدمة لهذا الغرض مختلف الأساليب الدعائية عبر وسائل الاعلام المختلفة، كما توظف الاتصال المباشر للوصول إلى أكبر عدد من المواطنين. بغرض حشد الرأي العام وتوحيد صفوفه للتأثير في مجرى الأحداث وكسب الدعم اللازم لنصرة قضية معينة.

<sup>4</sup>كامل خورشيد مراد، مدخل الرأي العام، دار مسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 68.



استخدام الرأي العام كقوة ضاغطة: حيث توظف الرأي العام للضغط على جهة معينة (مؤسسة، حكومة، حزب سياسي، أو حتى شخص) لدفعها لانتهاج سياسة معينة أو العدول عن قرارات لا تخدم توجهات المجتمع المدني والرأي العام ومصالحه المباشرة.

## تمهيد:

لا شك أن كل وسيلة من وسائل الإعلام تساهم في تشكيل الرأي العام وتتمتع بقدرة إقناعية تختلف حسب الهدف والجمهور المستهدف. ومع ذلك، تشير التجارب العملية والميدانية إلى أن الاتصال المباشر يمتلك قدرة أكبر على الإقناع مقارنة بالراديو، بينما يُعتبر الراديو أكثر فعالية من الوسائل المطبوعة. وقد أكد الباحثون على النقاط التالية:

- ✚ كلما كان الطابع الشخصي للوسيلة الإعلامية أكبر، زادت قدرتها على الإقناع.
- ✚ تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية يتفوق على تأثير التعرض لوسيلة واحدة.
- ✚ في ظل ظروف متساوية، يكون الاتصال الشخصي أكثر فعالية في الإقناع مقارنة بالراديو، بينما الراديو يتفوق على المطبوعات في هذا الجانب.
- ✚ يقوم الأفراد بتوزيع وقتهم بين وسائل الإعلام المختلفة، حيث يحصلون من كل وسيلة على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتوجيه والتنقيف، وذلك وفقاً لإمكانيات كل وسيلة ورغبات كل متلقٍ.
- ✚ إن قدرة أي وسيلة إعلامية على تقديم المحتوى بشكل واقعي وحيوي قد تعزز من تأثيرها.

## أولاً: الإذاعة:<sup>1</sup>

### 1- خصائص الإذاعة:

تُعتبر الإذاعة وسيلة فعّالة للتواصل، حيث يمكنه الوصول إلى مختلف الأفراد والجماعات والمناطق. يتميز الإرسال الإذاعي بقدرته على تجاوز العديد من التحديات، سواء كانت طبيعية أو مصطنعة، على النحو التالي:

- ✚ يتجاوز الإرسال الإذاعي العقبات الطبيعية مثل الجبال والأنهار والصحاري.
- ✚ يتخطى الإرسال الإذاعي التحديات المصطنعة، مثل التوترات السياسية بين الدول.

<sup>1</sup>سعد الدين خضر، الرأي العام قوى التحريك، مطبعة الجمهورية، العراق، 1968، ص 120.

- تزداد قوة الإرسال الإذاعي في جميع الدول عامًا بعد عام.
- تتوسع انتشار أجهزة الاستقبال الإذاعي في مختلف أنحاء العالم.
- يتزايد الإقبال على الاستماع إلى الراديو، مما يجعل هذه الوسيلة سلوكًا اتصاليًا شائعًا بين الناس.

## 2- علاقة الإذاعة بالرأي العام:

- تساهم هذه الوسيلة في بلورة وتشكيل الرأي العام من خلال:
- تحقيق الحد الأدنى من التوافق في التفكير والمشاعر والأهداف والقيم الضرورية لتعزيز تماسك الأمة وضمان سلامة الدولة.
  - تشجيع الأفراد، بغض النظر عن ميولهم واتجاهاتهم واهتماماتهم، على الانخراط في القضايا العامة ومناقشتها ومتابعتها والمساهمة فيها.
  - تقليل حدة العصبية الإقليمية والتقليل من تأثيرها.
  - مواجهة الشائعات الضارة بشكل فوري، خاصة في أوقات الحرب والطوارئ.

## ثانياً: التلفزيون: 2

### 1- خصائص التلفزيون:

يُعتبر التلفزيون وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة المتحركة الملونة، مما يجعله أكثر جذبًا للمشاهدين وأكثر تأثيرًا وقدرة على الإقناع. وقد اكتسب التلفزيون ميزة الصدق بفضل اعتماده على الصورة، التي تُعتبر وسيلة إقناعية تضيف مصداقية على المضامين والمحتويات، مقارنة بالكلمة المسموعة فقط.

<sup>2</sup>سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 114.

كما أن مشاهدة التلفزيون لا تتطلب أي استعدادات مسبقة، على عكس الذهاب إلى السينما، حيث يمكن للمشاهد الاستمتاع بالمحتوى من منزله بمجرد الضغط على زر جهاز التحكم عن بُعد، وهو مسترخٍ في سريره أو على كرسيه. ويُعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال الجماهيري القوية، حيث يغطي حالياً جميع أنحاء العالم.

## 2- علاقة التلفزيون بالرأي العام:

تساهم هذه الوسيلة في بلورة وتشكيل الرأي العام من خلال:

- ✚ تعزيز الثقة بين الجمهور والشخصيات السياسية أو صانعي القرار.
- ✚ تنوع فئات المحتوى بما يسهل مناقشة جميع قضايا الرأي العام.
- ✚ مواجهة الشائعات والقضاء عليها.
- ✚ القدرة العالية على الإقناع بفضل استخدام أساليب جذب متعددة تشمل الصوت والصورة واللون والحركة.

## ثالثاً: الصحافة:<sup>3</sup>

### 1- خصائص الصحافة: حيث نجد من أبرز سماتها:

- ✚ التحكم في ظروف التعرض بشكل متكرر وفي أي زمان ومكان .
- ✚ توفير الفرصة للجمهور لفهم المعنى وقراءة التفاصيل عدة مرات والاحتفاظ بها أيضاً.
- ✚ تعتبر من أفضل الوسائل للوصول إلى الجماهير المتخصصة أو ذات الحجم الصغير.

### 2- علاقة الصحافة بالرأي العام:

تُعتبر الصحافة الأداة الأكثر فعالية في إقناع جماهير الرأي العام بالقضايا السياسية والاجتماعية، كما أنها تتيح عرض وجهات نظر متنوعة. تمتلك الصحافة القدرة على توجيه

<sup>3</sup>صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 1991، ص 88.

الرأي العام من خلال الرسوم الكاريكاتيرية والأعمدة الصحفية، بالإضافة إلى دورها في مواجهة الشائعات والتصدي لها.

وفي ظل تراجع دور المؤسسات التقليدية المساهمة في تشكيل الرأي العام والمتمثلة في الأسرة والمدرسة والجماعات المرجعية والمؤسسات الدينية... برزت وسائل الاعلام كالإذاعة والتلفزيون والصحافة... وساهمت بفاعلية في بلورة توجهات الرأي العام ورؤيته للأحداث والقضايا ومختلف المسائل المهمة من خلال:

أ- **التأثيرات المعرفية:** حيث أن لوسائل الاعلام دور بارز في احاطة الأفراد بالمعلومات، ففي عالمنا اليوم تعد وسائل الاعلام اطارا مرجعيا يتم الرجوع اليه باستمرار لمراقبة البيئة والاطلاع على ما يحدث، وزيادة على دورها في تزويد المواطنين بالمعلومات، تعمل وسائل الاعلام على تفسير الوقائع والأحداث وتبسيطها وتقريبها من فهم مختلف شرائح المجتمع، فأولى حلقات التأثير في السلوكات وتوجيه الرأي العام تتم من خلال اختيار معلومات معينة وتوصيلها للأفراد على حساب معلومات أخرى يتم طمسها واستبعادها. وبهذا فوسائل الاعلام تعمل من هذا المنظور على بناء وتشكيل رؤية الجماهير للوقائع والأحداث.

ب- **التأثيرات العاطفية الوجدانية:** تحدد المعلومات التي تلقاها الفرد من وسائل الاعلام إلى حد كبير مواقفه واتجاهاته وتولد لديه استعداد للتصرف بطريقة معينة حيال الموضوعات والقضايا المثارة عبر وسائل الاعلام التي تسعى من خلال أجنداتها الموضوعية بعناية التأثير في الجوانب العاطفية الوجدانية للجمهور واستمالاته على النحو الذي تريد.

ت- **التأثيرات السلوكية:** وتمثل الحلقة الأخيرة من حلقات التأثير وهدفها المنشود، حيث تسعى وسائل الاعلام من خلال التأثير في معلومات واتجاهات الأفراد إلى توجيه سلوكاتهم وجعلهم يتصرفون بطرق معينة. والسلوك هو الجانب المرئي المادي لتأثيرات

وسائل الاعلام في الرأي العام وجعله يقوم بتصرفات معينة كالإضرابات والمقاطعة، الاحتجاج والاعتصام، التظاهر، التجاهل واللامبالاة...

#### رابعاً: أساليب وسائل الاعلام للتأثير في الرأي العام:<sup>4</sup>

**1- التكرار والملاحقة:** حيث أن تكرار عرض وبث الأخبار والمعلومات يؤدي إلى بروزها وادراكها من طرف الجماهير على أنها مهمة. فالتغطية الدائمة والمتكررة لمضامين معينة تزيد من احتمالات الإدراك والتذكر الانتقائي لدى الجمهور، كما أنها تغطي أو تحجب وتمنع ظهور أخبار أخرى لا ترغب وسائل الاعلام في وصولها للجمهور. وبهذا تتحكم وسائل الاعلام في إدراك الجماهير للوقائع ونمذجة تصوراتهم ورؤيتهم للعالم.

**2- أسلوب الاثارة العاطفية:** تتأثر الجماهير العريضة بالحجج العاطفية الوجدانية أكثر من تأثرها بالخطاب العقلاني والمناقشة والاقناع التي تعد أساليب تتناسب أكثر مع النخب المثقفة. ولذلك تعمل وسائل الاعلام على استمالة الجماهير عاطفياً من خلال استثارة أبرز المشاعر كالخوف والغضب والإحباط للتمكن من استمالة الرأي العام الجماهير وتوجيهه وفقاً لأهدافها ومصالحها.

**3- أسلوب عرض وطمس الحقائق:** حيث تقوم وسائل الاعلام بالكشف عن حقائق معينة يكون تأثيرها كالطلقة السحرية على الجمهور، فعرض ملفات عن فساد الحكومة بالوثائق والأدلة الدامغة يعمل على تشكيل الرأي العام سلبي تجاهها. كما أكدت العديد من الدراسات أن التأثير الكبير لوسائل الاعلام بصفة عامة لا يكون من خلال المعلومات التي تم عرضها، ولكن من خلال الحقائق التي تم طمسها عن الجمهور.

**4- أسلوب تحويل انتباه الجماهير:** تلجأ الجهات الفاعلة والحكومات ووسائل الاعلام عادة إلى أسلوب تحويل انتباه الرأي العام إلى قضايا ثانوية عند تعذر تغيير معتقداته واتجاهاته حيال قضية أساسية.

<sup>4</sup>ماكومز ماكس وآخرون، الأخبار والرأي العام: آثار الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص ص 99-100.

5- أسلوب افتعال الأزمات: حيث يتم افتعال أزمة أو مشكلة أو قضية معينة تعمل على استقطاب اهتمام الرأي العام واستغلالها سياسيا واعلاميا، سواء للتغطية على قضايا أخرى وشغل الرأي العام أو امتصاص غضبه وطاقاته. وقدرته على متابعة الأحداث والتفاعل معها.

6- أسلوب اثاره الرعب والفوضى: حيث يتم اللجوء إلى تخويف الجماهير واستغلال حاجتها للأمن من خلال نشر الخوف والفوضى، سواء للتغطية على قضايا أخرى وتضليل الرأي العام أو تمهيدا لقبول سياسات معينة، فتبرير زيادة غير معقولة في ميزانية الدفاع أو التغطية على فشل الخطط التنموية، تحتاج الحكومات إلى عدو خارجي يترص بالدولة ويستأثر باهتمام الرأي العام ويبقيه مشغولا وغير مدرك للرهانات الحقيقية.

7- الشائعات: تستخدم لتضليل الرأي العام من خلال الترويج لأخبار كاذبة وزائفة، أو أخبار تتضمن جزء من الحقيقة يتم تشويهها وتهويلها والمبالغة في جوانب معينة بغية التأثير النفسي في الرأي العام وتوجيهه أو تشكيله على نحو معين.

## تمهيد:

إن بيئة الإعلام الجديد ديناميكية وتستمر في التطور بطرق جديدة وغير متوقعة في بعض الأحيان، الأمر الذي يخلف عواقب وخيمة على الحكم الديمقراطي والسياسة. لقد غيرت وسائل الإعلام الجديدة جذرياً الطريقة التي تعمل بها المؤسسات الحكومية، والطريقة التي يتواصل بها القادة السياسيون، والطريقة التي يتم بها التنافس على الانتخابات، ومشاركة المواطنين. وسوف يتناول هذه المحاضرة بإيجاز تطور وسائل الإعلام الجديدة، قبل أن يفحص بمزيد من التفصيل دورها في الحياة السياسية وعواقبها على الرأي العام.

لا يمكننا أن ننكر أن وسائل التواصل الاجتماعي برزت في المشهد الرقمي الديناميكي اليوم كأداة لا غنى عنها في تشكيل الخطاب السياسي والتأثير على الرأي العام. وتكمن قوتها التحويلية في قدرتها على ربط الأفراد من جميع أنحاء العالم، وبالتالي خلق منصة غير مسبوقة للحوار السياسي والمناقشة.

أصبحت منصات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام مكونات أساسية للحملات والمبادرات السياسية، حيث استغل الساسة وجماعات الدعم قوتهم ببراعة لنشر الرسائل وتعبئة الدعم لقضاياهم. لقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي للسياسيين نطاقاً موسعاً، مما سمح لهم بالانخراط في محادثات في الوقت الفعلي مع ناخبهم. بالإضافة إلى ذلك، فتحت وسائل التواصل الاجتماعي آفاقاً جديدة للمواطنين للمشاركة في العملية السياسية من خلال تزويدهم بمنتدى للتعبير عن آرائهم والمشاركة في المناقشات ودعم القضايا التي يؤمنون بها.

ومن الجدير بالذكر أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تيسر فقط شكلاً جديداً من أشكال المشاركة السياسية، بل كان لها أيضاً تأثير عميق على الرأي العام. من خلال الخوارزميات المتطورة والإعلانات المستهدفة، يمكن للسياسيين التأثير بشكل فعال على الرأي العام وربما تغيير نتائج الانتخابات. لذلك سنحاول تسليط الضوء على التأثيرات التي تخلفها هذه المنصات



على المشهد السياسي اليوم وناقش الفوائد والتحديات والاستراتيجيات لتحسين الحوار السياسي الفعال والمفيد.<sup>1</sup>

### أولاً: دور وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام:

إن وسائل الإعلام السياسية الجديدة هي أشكال من أشكال الاتصال التي تسهل إنتاج ونشر وتبادل المحتوى السياسي على منصات وداخل شبكات تستوعب التفاعل وتشارك المحتويات. وقد تطورت بسرعة على مدى العقود الثلاثة الماضية، ولا تزال تتطور بطرق جديدة وغير متوقعة في بعض الأحيان. وللإعلام الجديد آثار واسعة النطاق على الحكم الديمقراطي والممارسات السياسية وتشكل الرأي العام. فقد غيرت جذريا الطرق التي تعمل بها المؤسسات الحكومية ويتواصل بها القادة السياسيون. كما حولت نظام الإعلام السياسي، وأعدت تعريف دور الصحفيين. كما أعادت تعريف الطريقة التي يتم بها التنافس على الانتخابات، وكيفية انخراط المواطنين في السياسة.

لقد أدى تطور وسائل الإعلام الجديدة إلى تعقيد نظام الإعلام السياسي. فالإعلام التقليدي الذي يتألف من مؤسسات إعلامية جماهيرية راسخة سبقت الإنترنت، مثل الصحف والبرامج الإذاعية وبرامج الأخبار التلفزيونية، يتعايش مع الإعلام الجديد الذي يشكل نتاجاً للابتكار التكنولوجي. وفي حين تحافظ وسائل الإعلام التقليدية على صيغ مستقرة نسبياً، فإن قائمة وسائل الإعلام الجديدة، التي تشمل المواقع الإلكترونية والمدونات ومنصات مشاركة الفيديو والتطبيقات الرقمية ووسائل الإعلام الاجتماعية، تتوسع باستمرار بطرق مبتكرة. وقد انضمت إلى وسائل الإعلام المصممة لتقديم الأخبار ذات الاهتمام العام إلى جماهير عريضة مصادر متخصصة تضيق نطاقها لتشمل مستخدمين محددين. ويمكن لوسائل الإعلام الجديدة أن تنتقل المعلومات مباشرة إلى الأفراد وتساهم بتشكيل الرأي العام وبلورته دون تدخل من حراس البوابات من رؤساء التحرير أو المؤسسات، وهو ما يشكل جزءاً لا يتجزأ من أشكال

<sup>1</sup>محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه)، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2009، ص 201.

الإعلام التقليدي. وعلى هذا فقد أدخلت وسائل الإعلام الجديدة مستوى متزايداً من عدم الاستقرار وعدم القدرة على التنبؤ بعملية الاتصال السياسي.

إن العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة علاقة تكاملية. فقد أدرجت وسائل الإعلام التقليدية وسائل الإعلام الجديدة في استراتيجياتها الخاصة بإعداد التقارير. وهي توزع المواد عبر مجموعة من منصات الاتصال القديمة والجديدة. وهي تعتمد على مصادر إعلامية جديدة لتلبية الطلب المتزايد على المحتوى. وعلى الرغم من المنافسة من جانب وسائل الإعلام الجديدة، فإن جمهور وسائل الإعلام التقليدية لا يزال قوياً، حتى وإن لم يكن بنفس القوة التي كان عليها في الماضي. ويفوق عدد قراء النسخة المطبوعة من صحيفة نيويورك تايمز ومشاهدي برامج الأخبار المسائية على الشبكات على سبيل المثال عدد أولئك الذين يتصفحون المواقع الإخبارية السياسية الأكثر شعبية. وتظل أخبار التلفزيون والشبكات المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن ثلاثين عاماً. وبالتالي، تعتمد وسائل الإعلام الجديدة على نظيراتها التقليدية لاكتساب الشرعية ونشر محتواها.

ومن الناحية النظرية، تلعب وسائل الإعلام عدة أدوار أساسية خاصة في المجتمعات الديمقراطية. والغرض الأساسي منها هو إعلام الجمهور، وتزويد المواطنين بالمعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات مدروسة بشأن القيادة والسياسة. وتعمل وسائل الإعلام كمراقب لتصرفات الحكومة. فهي تحدد أجندة المناقشة العامة للقضايا، وتوفر منتدى للتعبير السياسي. كما تعمل على تسهيل بناء المجتمع وتحقيق التوافق بين أفراد من خلال مساعدة الناس على إيجاد قضايا مشتركة وبلورة مواقف موحدة للرأي العام، وتحديد الجماعات المدنية، والعمل على إيجاد حلول للمشاكل المجتمعية.<sup>2</sup>

ثانياً: تأثير تنوع محتوى وسائل الإعلام الجديدة على الممارسة السياسية للأفراد:

<sup>2</sup>مهاجر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي، عمان، 2015، ص ص 79.

إن وسائل الإعلام الجديدة لديها القدرة على القيام بعدة وظائف تتصل بالحياة السياسية للمواطنين. فهي توفر وصولاً غير مسبوق إلى المعلومات، ويمكنها الوصول حتى إلى أفراد الجمهور غير المهتمين من خلال قنوات شخصية تسري فيها المعلومات من فرد إلى فرد آخر، مثل الفيسبوك. ومع انضمام الأشخاص العاديين إلى الصحافة الراسخة لأداء دور الرقيب، فإن المسؤولين العموميين يخضعون لتدقيق ومراقبة أكبر. ويمكن للمواطنين العاديين تسليط الضوء على القضايا والأحداث التي قد تكون خارج نطاق الصحفيين. ويمكن لوسائل الإعلام الجديدة تعزيز بناء المجتمع الذي يتجاوز الحدود المادية من خلال قدراتها الشبكية الواسعة. على الرغم من أن التغطية الإعلامية التقليدية للأحداث السياسية ترتبط بزيادة المشاركة السياسية بين عامة الناس، فإن الصحفيين لا يعتقدون أن تشجيع المشاركة هو مسؤوليتهم. ومع ذلك، تسعى وسائل الإعلام الجديدة صراحة إلى إشراك الجمهور بشكل مباشر في الأنشطة السياسية، مثل التصويت، والاتصال بالمسؤولين العموميين، والتطوع في مجتمعاتهم، والمشاركة في حركات الاحتجاج.

في الوقت نفسه، أدى عصر وسائل الإعلام الجديدة إلى تفاقم الاتجاهات التي تقوض الأهداف المثالية للصحافة الديمقراطية. حيث تنتشر وسائل الإعلام قدرًا هائلًا من المحتوى السياسي، ولكن الكثير من هذه المواد تافهة وغير موثوقة ومثيرة للجدال. كان دور الرقيب قبل وسائل الإعلام الجديدة يؤديه إلى حد كبير صحفيون مدربون ركزوا، في أفضل الظروف، على الكشف عن الحقائق المحيطة بالتجاوزات السياسية الخطيرة. وعلى سبيل المثال، فقد ألهم مراسلا صحيفة واشنطن بوست "بوب وودوارد" و"كارل بيرنشتاين" جيلًا من الصحفيين الاستقصائيين بعد الكشف عن دور الرئيس ريتشارد نيكسون في اقتحام مقر الحزب الديمقراطي في فندق ووترجيت، مما أجبره على الاستقالة. في حين تهتم الكثير من الأخبار في عصر

وسائل الإعلام الجديدة بتغطية وابل لا نهاية له من الفضاء المثيرة - سواء كانت حقيقية أو مبالغ فيها أو ملفقة بالكامل - والتي غالباً ما تكون مرتبطة بشكل جانبي فقط بالحكم.<sup>3</sup>

سنبدأ هنا بمعالجة موجزة لتطور وسائل الإعلام الجديدة لتحديد الخصائص الأساسية لنظام الإعلام السياسي الحالي. ثم سنركز على دور وسائل الإعلام في توفير المعلومات في ظل نظام سياسي ديمقراطي، وسننقح الطرق التي أثرت بها وسائل الإعلام الجديدة على هذا الدور. لقد خلق تنوع المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام الجديدة فرصاً، مثل القدرة على سماع المزيد من الأصوات. ومع ذلك، فإن الجودة المشكوك فيها لكثير من هذه المعلومات تثير قضايا خطيرة للخطاب الديمقراطي. بعد ذلك، سنناقش كيف تشكل وسائل الإعلام الجديدة جزءاً لا يتجزأ من التغطية السياسية في مجتمع ما بعد الحقيقة، حيث تمر الأكاذيب المشبعة بتفاصيل الحقائق على أنها أخبار. وأخيراً، سنأمل الطرق التي تغطي بها الصحافة الرقابية على الصحافة الناطقة بلسان السياسيين والتي تعمل كآلة دعاية للسياسيين وتعمل بشكل أو بآخر على تشكيل الرأي العام.

### ثالثاً: تطور وسائل الإعلام الجديدة واندماج الترفيه مع الاعلام السياسي:

ظهرت وسائل الإعلام الجديدة في أواخر الثمانينيات عندما تولت منصات الترفيه، مثل البرامج الحوارية الإذاعية والبرامج الحوارية التلفزيونية والصحف الشعبية، أدواراً سياسية بارزة وأدت إلى ظهور نوع الترفيه المعلوماتي. يحجب الترفيه المعلوماتي الخطوط الفاصلة بين الأخبار والترفيه، ويعطي الأولوية للقصص المثيرة التي تحركها الفضائح على الأخبار الجادة. ولجأ الساسة إلى وسائل الإعلام الجديدة للالتفاف على سيطرة الصحافة السائدة على أجندة الأخبار. قدم التركيز على الترفيه المعلوماتي لوسائل الإعلام الجديدة في هذه المرحلة المبكرة للقادة السياسيين والمرشحين مكاناً مناسباً لتقديم أنفسهم للجمهور مقارنة بمنافذ الأخبار الجادة. فعلى سبيل المثال، خلال الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية لعام 1992،

<sup>3</sup> محمد السيد فاطمة الزهراء، استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات،

ظهر المرشح الديمقراطي "بيل كلينتون" بشكل مشهور في برنامج "أرسينيو هول" الحوارى التلفزيونى مرتدياً نظارة شمسية ويعزف على "الساكسفون"، مما خلق صورة دافئة وشخصية حددت نغمة حملته الانتخابية.

لقد اجتنب اندماج السياسة والترفيه جمهوراً لم يكن مهتماً عادة بالشؤون العامة. كما أدى ذلك إلى صعود السياسيين المشاهير، ومهد الطريق لسياسيين مغمورين ومشاهير، على شاكلة رئيس "تلفزيون الواقع" "دونالد ترامب" بعد عقود من الزمان. ولقد تم الأمر عبر ثلاثة مراحل أساسية:

ففي المرحلة الأولى تأمل المراقبون والباحثون في مجال العلوم الاجتماعية ظهور "شعبوية إعلامية جديدة" من شأنها أن تشرك المواطنين المحرومين من حقوقهم وتيسر دوراً أكثر نشاطاً للجمهور في الخطاب السياسي. وكانت وسائل الإعلام الجديدة قادرة على تعزيز قدرة الناس على الوصول إلى المعلومات السياسية، وتسهيل الخطاب السياسي الأوسع نطاقاً، وتعزيز المشاركة. وفي البداية، استجاب الجمهور بشكل إيجابي لقنوات الاتصال الأكثر سهولة في الوصول، حيث اندمج في برامج الحوار السياسي وشارك في النشاطات السياسية عبر الإنترنت. ومع ذلك، فقد تقوضت الإمكانيات الشعبية الأصيلة لوسائل الإعلام الجديدة بسبب حقيقة مفادها أن نظام الإعلام السياسي الجديد تطور بشكل عشوائي، دون مبادئ أو أهداف توجيهية. وكان يهيمن عليه بشكل كبير المصالح التجارية وأولئك الذين يشغلون بالفعل مناصب متميزة في السياسة وصناعة الأخبار. وفي نهاية المطاف، أفسح الحماس العام المجال للتناقض والسخرية، وخاصة مع تلاشي حداثة المرحلة الأولى من وسائل الإعلام الجديدة.

ولقد بدأت المرحلة الثانية في تطور وسائل الإعلام الجديدة بالتزامن مع تطبيق تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الناشئة على السياسة، الأمر الذي أتاح إمكانية ظهور منافذ جديدة بالكامل وأنظمة جديدة لتوصيل المحتوى. ولقد أدت البيئة الرقمية والمنصات التي تدعمها إلى تحويل نظام الإعلام السياسي إلى حد كبير. فبدءاً من منتصف تسعينيات القرن العشرين، تطورت منصات الإعلام السياسي الجديدة بسرعة من موقع الويب البدائي الذي

استخدمته حملة بيل كلينتون الرئاسية في عام 1992، إلى مواقع ذات ميزات تفاعلية، ولوحات نقاش، ومدونات، ومنصات لجمع التبرعات عبر الإنترنت، ومواقع لتجنيد المتطوعين، ولقاءات. وأصبح الجمهور أكثر انخراطاً في الإنتاج الفعلي وتوزيع المحتوى السياسي. وكان الصحفيون المواطنون شهود عيان على أحداث لم يغطيها الصحفيون المحترفون. وعرض الأفراد العاديون وجهات نظرهم بشأن الشؤون السياسية على السياسيين والأقران. وكان أفراد الجمهور مسؤولين أيضاً عن تسجيل ونشر مقاطع الفيديو التي يمكن أن تنتشر على نطاق واسع وتؤثر على مسار الأحداث. في عام 2006، على سبيل المثال، تعرضت حملة إعادة انتخاب السيناتور الجمهوري "جورج ألين" لضربة قوية بسبب انتشار مقطع فيديو انتشر على نطاق واسع استخدم فيه مصطلح يشير لإهانة عنصرية، للإشارة إلى شاب من أصل هندي كان يحضر تجمعاً انتخابياً له.

وتتسم المرحلة الثالثة في تطور وسائل الإعلام الجديدة ودورها في تشكيل الرأي العام باستخدام تقنيات الاستهداف الدقيق للأفراد والمحتويات المخصصة وجمع بيانات المستخدمين للتمكن من صناعة محتويات تتماشى بشكل أفضل مع خصائصهم، بالإضافة إلى إتاحة فرص اشتراكهم ومشاركتهم في التحاور والتعليق والتدوين. ويمكن القول أن هذه المرحلة تبدأ باستراتيجية الحملة الرقمية الرائدة التي تبناها المرشح الديمقراطي باراك أوباما في الانتخابات الرئاسية لعام 2008. فقد أحدث فريق أوباما ثورة في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في انتخابات شعروا أنها غير قابلة للفوز باستخدام التقنيات التقليدية. واستغلت الحملة ميزات الوسائط الرقمية المتقدمة التي استفادت من إمكانيات التواصل والتعاون وبناء المجتمع التي تتمتع بها وسائل الإعلام الاجتماعية لإنشاء حركة سياسية. وكان موقع حملة أوباما على شبكة الإنترنت مركزاً متكامل الخدمات للوسائط المتعددة حيث لم يكن الناخبون قادرين على الوصول إلى المعلومات واستمالة الرأي العام فحسب، بل كانوا قادرين أيضاً على مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو، وعرض وتوزيع إعلانات الحملة، ونشر التعليقات، والتدوين. وكان بوسع المؤيدين التبرع والتطوع وشراء شعارات الحملة، مثل القمصان والقباعات. وكانت الحملة نشطة على فيسبوك وتويتر ويوتيوب، فضلاً عن مجموعة من منصات وسائل الإعلام

الاجتماعية الأخرى التي تلبي احتياجات دوائر انتخابية معينة، مثل بلاك بلانيت، وآسيان آفي، وجلي. وكانت الحملة رائدة في تكتيكات الاستهداف الرقمي الدقيق. وقد استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي لجمع البيانات حول التفضيلات السياسية والاستهلاكية للناس، وأنشأت ملفات تعريف للناخبين لملاحقة مجموعات محددة، مثل الناخبين الشباب، برسائل مخصصة.<sup>4</sup>

#### رابعاً: آثار وسائل الإعلام الجديدة على الاعلام السياسي وتشكيل الرأي العام:

##### 1- الآثار الإيجابية من خلال تسهيل الوصول للمعلومات وبلورة الآراء المشتركة:

لقد انتقلت اتجاهات وسائل الإعلام الجديدة التي تأسست في حملة عام 2008 إلى عالم الحكومة والسياسة بشكل عام. وأصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية قوة شاملة في السياسة، حيث غيرت ديناميكيات الاتصال بين الزعماء السياسيين والصحفيين والجمهور. وفتحت آفاقاً أوسع للخطاب السياسي والنقاش الفوري. حيث تشير الأبحاث إلى أن وصول الناس إلى شبكات التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي على شعورهم بالفعالية السياسية وميلهم للمشاركة في السياسة. ومع ذلك، كانت هناك أيضاً ردود فعل عنيفة عندما أصبح خطاب وسائل التواصل الاجتماعي سيئاً للغاية، وقام المستخدمون بحظر المحتوى أو الانسحاب من شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم. وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي للناس بالتنظيم بكفاءة والاستفادة من نفوذهم الجماعي. وبالتالي، يصبح القادة السياسيون أكثر مسؤولية لأن أفعالهم يتم فحصها باستمرار على وسائل التواصل الاجتماعي.

كما كان أفراد الجمهور مسؤولين عن تسجيل ونشر مقاطع الفيديو التي يمكن أن تنتشر على نطاق واسع وتؤثر على مسار الأحداث. وفي الوقت نفسه، أصبحت المنظمات الإعلامية التقليدية تعتمد على جوانب من وسائل الإعلام الجديدة. فقد عانت الصحف، على وجه الخصوص، من صعوبات مالية بسبب الظروف المعاكسة للسوق المالية، وانخفاض عائدات الإعلانات، والمنافسة من مصادر الأخبار المتكاثرة. وانكمش حجم غرف الأخبار التقليدية في السنوات العشرين الماضية. كما خفضت المنظمات الإخبارية التقليدية وحدات التحقيق، ولم

<sup>4</sup> رفعت مصطفى محمد، الرأي العام في الواقع الافتراضي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص ص 46-49.

يتم تعيين سوى حوالي ثلث المرسلين في مجالات سياسية. وقد أبدت أليشيا شيبيرد، صحفية سابقة، رأيها قائلة: "عندما لا تستطيع الصحف حتى تغطية الصحافة اليومية، فكيف ستستثمر في تقارير استقصائية طويلة الأجل ومكلفة؟". ومع ذلك، لا يزال الصحفيون العاملون في المؤسسات العريقة يقومون بنصيبتهم من جمع الأخبار الجادة والتقارير الاستقصائية. وقد أصبح الصحفيون التقليديون يعتمدون بشكل كبير على محتوى وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للأخبار. وقد أثرت هذه الاتجاهات بشكل خطير على جودة وطبيعة محتوى الأخبار وكذلك أسلوب التقارير السياسية، التي أصبحت مشبعة بشكل أكبر بالمعلومات الترفيحية والاقتباسات من مواقع التواصل الاجتماعي.

## 2- الآثار السلبية من خلال الأخبار المزيفة والكاذبة وتضليل الرأي العام:

وتتعرض تعقيدات نظام الإعلام الجديد في تنوع المحتوى المتاح. وتتراوح المعلومات الموزعة عبر شبكة الاتصالات الواسعة من التقارير الاستقصائية المستندة إلى الحقائق من الصحفيين المحترفين إلى التليفقات المزيفة أو "الحقائق البديلة" التي تقدمها الصحافة البديلة. ففي عصر الإعلام الجديد، أصبحت الحدود التي تفصل بين هذه الأنواع المتباينة من المعلومات غير واضحة بشكل متزايد. وأصبح محررو وسائل الإعلام المحترفين الذين ينظمون تدفق المعلومات من خلال تطبيق مبادئ ومعايير الأخبار المرتبطة بالصالح العام نادرين. وتم استبدالهم بمحرري وسائل التواصل الاجتماعي والتحليلات الذين يتمثل دافعهم الأساسي في جذب المستخدمين إلى المحتوى بغض النظر عن قيمته الإخبارية. ويتعين على أعضاء الجمهور العمل بجد للتمييز بين الحقيقة والخيال، والتمييز بين ما هو مهم وما هو غير مهم. هناك عدد من التفسيرات التي يمكن تقديمها للتحويل في جودة وكمية المعلومات السياسية. فالإمكانيات التكنولوجية التي توفرها وسائل الإعلام الجديدة تسمح للمحتوى بالانتشار دون حدود. وتتمتع وسائل التواصل الاجتماعي ببنية مختلفة بشكل كبير عن منصات الإعلام السابقة. ويمكن نقل المحتوى دون تصفية كبيرة من قبل طرف ثالث، أو التحقق من الحقائق، أو الحكم التحريري. ويمكن للأفراد الذين يفتقرون إلى التدريب الصحفي السابق أو السمعة



المحاضرة الثانية عشر وسائل الاتصال الحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام

الطبية الوصول إلى العديد من المستخدمين بسرعة البرق. وتتضاعف الرسائل مع مشاركتها عبر منصات الأخبار وعبر حسابات الشبكات الاجتماعية الشخصية.

وعلاوة على ذلك، فإن الحوافز الاقتصادية التي تدعم شركات الإعلام الجديدة، مثل جوجل وفيسبوك وتويتر، تقوم على جذب جماهير كبيرة من شأنها أن تدر عائدات الإعلانات. ويُستخدم المحتوى السياسي لدفع المستهلكين إلى منتجات وسائل الإعلام الاجتماعية، بدلاً من أداء وظيفة الخدمة العامة المتمثلة في إعلام المواطنين. وتدفع الضغوط التجارية المؤسسات الإعلامية إلى عرض قصص مثيرة للجدل تحظى بأكثر قدر من الاهتمام دون التأكد من صدقيتها. وفي الوقت الذي تتكاثر فيه المنصات، فإن المحتوى المماثل ينتشر على نطاق واسع مع تركيز قوة وسائل الإعلام في عدد صغير من شركات الإعلام القديمة والجديدة، وتوجه محركات البحث المستخدمين إلى مجموعة محدودة من المواقع ذات حركة المرور الكثيفة والممولة بشكل جيد.

ويعكس الخطاب على وسائل الإعلام الجديدة الانقسامات السياسية الصارخة في توجهات المواطنين واتجاهاتهم السياسية، ويتحول في كثير من الأحيان إلى تعبيرات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي تحاول كسب التأييد والتأثير في توجهات الرأي العام.

وتتعاكس الانقسامات السياسية في وجود "غرف صدى" إعلامية، حيث يختار الناس مصادر الأخبار والمعلومات الخاصة بهم على أساس تقاربهم مع سياسات المستخدمين الآخرين. بدأت غرف صدى وسائل الإعلام الجديدة الحديثة في التشكل خلال المرحلة الأولى من وسائل الإعلام الجديدة، حيث اجتذب مضيفو البرامج المحافظة متابعين مخلصين. وقد سارعت وسائل التواصل الاجتماعي إلى تطوير غرف الصدى، حيث تسهل تعرض الناس للمعلومات التي يتقاسمها الأفراد المتشابهون في التفكير في شبكاتهم الرقمية الشخصية، وحتى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي غير المهتمين سياسياً يواجهون في كثير من الأحيان مقالات إخبارية عن غير قصد أثناء تصفحهم. إن قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على عزل

الناس عن التعرض لأولئك الذين لديهم وجهات نظر مختلفة تؤدي إلى تفاقم الاستقطاب السياسي.

وينظر قطاع كبير من الجمهور إلى الصحفيين باعتبارهم نخباً منعزلة لا تشترك في قيمهم. ويقول المحلل السياسي "نيت سيلفر" أن الصحافة الوطنية تعمل في فقاعة متجانسة سياسياً، وذات ميول معينة، كما أصبحت مرتبطة بـ "المؤثرين المؤسسيين". ويؤكد أن وسائل الإعلام السائدة بعيدة كل البعد عن التواصل مع شريحة واسعة من الجمهور. وقد أصبح هذا الأمر جلي في الوقت الراهن في ظل عزز المؤسسات الإعلامية التقليدية على التواصل بشكل فعال مع إحباط وغضب الناس من خارج الدوائر التقليدية للسلطة والاعلام.

يرى بعض الباحثين أن وسائل الإعلام الجديدة تعمل على سد الفجوة بين الصحفيين البعيدين وعامة الناس من خلال إعطاء صوت لأولئك الذين شعروا بالاستبعاد والتهميش. حيث تستخدم الشبكات الاجتماعية للتعبة السياسية وإعادة تشكيل الخطاب العام واستمالة الرأي العام، وتشكيل شعور بالتضامن بين المجموعات التي شعرت سابقاً بالحرمان وهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز قاعدتهم السياسية. لكن في الوقت نفسه فهي تعمل على إقصاء آراء وأصوات معينة والترويج لأخرى حتى ولو كانت منافية للحقيقة. ويلاحظ الباحث الأميركي "رالف كيز" أن المجتمع دخل عصر ما بعد الحقيقة. فقد أصبح الخداع سمة مميزة للحياة الحديثة، وهو منتشر إلى الحد الذي جعل الناس غير مباليين بتداعياته. وهو يؤكد على حقيقة مفادها أن التصريحات الغامضة التي تحتوي على قدر ضئيل من الأصالة، ولكنها لا تعبر عن الحقيقة، أصبحت عملة السياسيين والمراسلين والمديرين التنفيذيين للشركات الإعلامية وغيرهم من أصحاب النفوذ.

وتزعم الصحافية سوزان جلاسر أن الصحافة أصبحت تعكس حقائق التقارير ما بعد الحقيقة. فالحقائق الموضوعية تخضع للنداءات العاطفية والمعتقدات الشخصية في تشكيل الرأي العام. ويواجه الجمهور صعوبة في التمييز بين الأخبار ذات الصلة بقضايا السياسة الحقيقية والصخب الخارجي الذي يخرق وسائل الإعلام. وقد أصبح عمل الصحفيين الاستقصائيين في بعض النواحي أكثر عمقا وإطلاعا مما كان عليه في الماضي بسبب الموارد

الهائلة المتاحة للبحث، بما في ذلك زيادة الوصول إلى أرشيفات الحكومة وتحليل البيانات الضخمة. ولكن القصص الموثقة جيداً تطغى عليها التفاهات المتكررة المثيرة التي تهيمن على وسائل الإعلام القديمة والجديدة.

فعلى سبيل المثال كانت وسائل الإعلام التي تروج لما بعد الحقيقة بارزة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016. وكانت التقارير الإعلامية للانتخابات مشبعة بالمعلومات المضللة والشائعات التي لا أساس لها والأكاذيب الصريحة. وكانت القصص الكاذبة والحقائق غير المؤكدة تتبع من مواقع إخبارية ملفقة فضلاً عن حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للمرشحين ووكلائهم. لقد استخدم المرشح الجمهوري دونالد ترامب حسابه على تويتر لنشر تصريحات مثيرة وغير مؤكدة والتي كانت تهيمن على أجندة الأخبار، وهي الممارسة التي حافظ عليها بعد توليه الرئاسة. فقد زعم أن والد تيد كروز، منافسه على الترشيح، كان متورطاً في اغتيال الرئيس جون كينيدي، وواصل الادعاء الكاذب بأن الرئيس باراك أوباما لم يولد في الولايات المتحدة. كما تسللت القصص الإخبارية الكاذبة إلى تقارير المؤسسات الإعلامية التقليدية حيث اعتمدت بشكل كبير على المصادر الرقمية للحصول على المعلومات. كما عملت مؤسسات الأخبار التلفزيونية مثل سي إن إن وإم إس إن بي سي على تضخيم مزاعم ترامب التي لا أساس لها من الصحة، مثل مزاعمه بأن المسلمين في نيوجيرسي احتقلوا بسقوط مركز التجارة العالمي في 11 سبتمبر، حتى مع انتقادها لصدقها.

إن المثال الأكثر تطرفاً على مفهوم التقارير الإخبارية ما بعد الحقيقة هو صعود الأخبار المزيفة. لقد تغير تعريف الأخبار المزيفة بمرور الوقت. في البداية، كان مصطلح "الأخبار المزيفة" يشير إلى محاكاة ساخرة للأخبار، أما الآن فهي تشير إلى استخدام التفاعلات والخوارزميات على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى في دوائر أيديولوجية محددة. وتنتشر القصص الملفقة على نطاق واسع بواسطة الروبوتات الاجتماعية، وهي برامج آلية تستنسخ الرسائل من خلال التكرار في هيئة شخص مستخدم للويب.

وإذا كانت الحقائق الموضوعية تخضع للمناشآت العاطفية والمعتقدات الشخصية في تشكيل الرأي العام، فالأخبار الكاذبة تعتمد على سرعة وحجم انتشارها وتداولها لتحقيق أثرها في الرأي العام والعمل على توجيهه.<sup>5</sup>

وتلعب القصص الإخبارية المزيفة على معتقدات الناس المسبقة حول الزعماء السياسيين والأحزاب والمنظمات ووسائل الإعلام الإخبارية السائدة. وفي حين أن بعض القصص الإخبارية المزيفة هي اختلاقات صريحة، فإن البعض الآخر يحتوي على عناصر من الحقيقة تجعلها تبدو ذات مصداقية للجمهور المتمركز في غرف الصدى. حيث انتشرت نظريات المؤامرة والخدع والأكاذيب بكفاءة من خلال فيسبوك وسناب شات ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

لقد كانت الظروف في عصر الإعلام الجديد مواتية لانتشار الأخبار المزيفة والمساهمة في تشكيل الرأي العام. حيث أزال نظام الإعلام الجديد العديد من العقبات التي كانت تحول دون إنتاج وتوزيع الأخبار التي كانت موجودة في عصر وسائل الإعلام الجماهيرية السابق. وفي حين لا تزال آثار الفجوة الرقمية قائمة، وخاصة بين الأسر ذات الدخل المنخفض، فقد تراجعت الحواجز أمام الوصول إلى وسائل الإعلام الجديدة. كما تم تخفيض تكلفة إنتاج وتوزيع المعلومات على نطاق واسع. وأصبحت اللوجستيات والمهارات اللازمة لإنشاء المحتوى أقل صعوبة. وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي بناء والحفاظ على جماهير من الأشخاص ذوي التفكير المماثل الذين سيثقون بالمحتوى المنشور. وتنتشر الأخبار المزيفة على نطاق واسع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك وتويتر. والواقع أن القصص الإخبارية المزيفة تنتشر على نطاق أوسع على فيسبوك مقارنة بالتقارير الإعلامية السائدة الواقعية. ويُخدع الجمهور وتربكه الأخبار المزيفة، التي تخلط بين الحقائق الأساسية حول السياسة والحكومة والخيال. خاصة في ظل التعقيدات والتحديات القانونية للأخبار المزيفة وتوزيع

<sup>5</sup>محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه)، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2009، ص ص 46

المحتوى الكاذب، حيث أن مقاضاة الناشرين لنشر معلومات كاذبة أمر مكلف ويستغرق وقتاً طويلاً<sup>6</sup>.

#### خامساً: وسائل الإعلام الجديدة والممارسة الديمقراطية:

إن الصحافة تعمل كحارس سياسي يجعل وسائل الإعلام عامة بمثابة حارس للمصلحة العامة. وتوفر الصحافة الرقابية وسيلة لكبح انتهاكات الحكومة من خلال تزويد المواطنين بالمعلومات وإجبار الحكومة على الشفافية. والدعم العام لدور وسائل الإعلام الرقابي كبير، حيث وجدت دراسة أجراها مركز بيو للأبحاث أن 70% من المواطنين يعتقدون أن التقارير الصحفية يمكن أن "تمنع القادة من القيام بأشياء لا ينبغي القيام بها".

كما عززت وسائل الإعلام الجديدة قدرة المرسلين على الوفاء بدورهم الرقابي، حتى في عصر الموارد المتضائلة للصحافة الاستقصائية. يمكن مشاركة المعلومات بسهولة من خلال مصادر إعلامية رسمية، حيث يمكن للمناذ الإخبارية المحلية تمرير المعلومات حول الأحداث العاجلة إلى المنظمات الوطنية. كما يمكن للمواطنين توثيق الأخبار ومشاركتها من خلال الشبكات الاجتماعية.

وهناك أدلة تشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تسمح للزعماء السياسيين بالالتفاف حول الصحافة الرقابية. وفي بعض النواحي، تحولت الصحافة من كونها رقابة إلى بوق للسياسيين. ويتفاقم هذا الاتجاه بسبب حقيقة وجود مصالح مالية وسياسية بين مختلف الأطراف.

إن وسائل الإعلام تعمل كمنصة للزعماء السياسيين من خلال نشر أقوالهم وأفعالهم حتى عندما تكون قيمتها الإخبارية مشكوك فيها. ويستخدم الساسة مواقع التواصل الاجتماعي كألية لإيصال الرسائل مباشرة إلى أتباعهم مع تجنب الحراس الصحفيين والسياسيين. والعديد من تغريداتهم ذات قيمة إخبارية مشكوك فيها، باستثناء حقيقة أنها تتبع من حسابهم الشخصي على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، تعمل الصحافة كبوق من خلال الترويج

<sup>6</sup>سناء الجيور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 13-16.

لتغريداتهم. وعندما يتم تصديق الشائعات ونظريات المؤامرة، يمكن أن تكون لها عواقب وخيمة.<sup>7</sup> وفي الختام يمكن القول أن وسائل الإعلام الجديدة قد عملت على توسيع وتقويض الأدوار التقليدية للصحافة في المجتمع الديمقراطي. ومن الناحية الإيجابية، فقد زادت بشكل كبير من إمكانية وصول المعلومات السياسية حتى إلى المواطنين الأكثر عزلة وتهميشاً. كما أنها مكنت من إنشاء مساحات عامة رقمية حيث يمكن تبادل الآراء بشكل مفتوح. كما خلقت سبل جديدة للمشاركة تسمح للجمهور بالاتصال بطرق جديدة بالحكومة، والمساهمة في تدفق المعلومات السياسية. والسماح ببلورة رأي عام تجاه القضايا الكبرى التي تهم الجمهور. وفي الوقت نفسه، أدى تطور وسائل الإعلام الجديدة ومجتمع ما بعد الحقيقة إلى خلق وضع محفوف بالمخاطر يقوض جوانبها المفيدة. وفي الوقت الحاضر، يبدو الأمر وكأن هناك ضوابط فعالة قليلة على المد المتصاعد من المعلومات الكاذبة. وقد أدى استبدال تغطية الفضائح بالصحافة الاستقصائية الجادة إلى إضعاف دور الصحافة الرقابي. والموقف الغامض لوسائل الإعلام باعتبارها بوقاً للسياسيين يجعل الصحفيين متواطئين في انتشار المعلومات السيئة والحقائق الخاطئة.

<sup>7</sup>كامل خورشيد مراد، مدخل الرأي العام، دار مسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 12-13.

المحور الرابع:

المجتمع، الاتصال والرأي العام

## تمهيد:

ومن الصعب تقييم وقياس ثقل الرأي العام وعلاقته بالاتصال ووسائل الإعلام. وينطبق هذا بشكل خاص عندما يتعلق الأمر بقضايا السياسة الخارجية بسبب عدم اهتمام الجمهور عامة بالموضوع ومحدودية مصادر المعلومات المتاحة للصحفيين لإعداد تقاريرهم. وفي الواقع، فإن العلاقات بين الرأي العام ووسائل الإعلام والنخب السياسية معقدة للغاية ومترابطة، بل وحتى متداخلة، بحيث لا يمكن التوصل إلى استنتاج نهائي بشأن تأثيرهم الفردي في قرار معين. ويفسر هذا الوضع عدم وجود إجماع بين الباحثين على التأثير الحقيقي لهذه الاطراف في صياغة السياسة الداخلية والخارجية للدول والحكومات.

ومع ذلك، تبذل الحكومات الديمقراطية جهوداً هائلة لتوعية الجمهور، وقبل كل شيء، لإقناعهم بدعم توجهاتها السياسية. وفي هذا العصر الذي يتسم بالتغيرات في المشهد الإعلامي، يظل التلفزيون وسيلة للاختيار، على الرغم من أن الإنترنت، وخاصة المنصات الرقمية لوسائل الإعلام التقليدية، أصبحت مصدرًا متزايد الأهمية للمعلومات، خاصة بين أولئك الذين تقل أعمارهم عن 30 عامًا وبين النخب السياسية. وسيتم تحليل العلاقة بين الاتصال والرأي العام من خلال العناصر التالية:

أولاً: وسائل الإعلام والرأي العام:<sup>1</sup>

الإعلام يعني الاختيار بمعنى أن وسائل الإعلام تتمتع باستقلالية كبيرة في اختيار المواضيع التي تريد تغطيتها. غالباً ما يعطون الأولوية لحدث واحد على آخر، وقد تظل المواضيع المهمة متجاهلة من قبل الجمهور بسبب نقص التغطية الإعلامية (لأنه لن يتم ذكرها خلال الأخبار).

إن توجيه المعلومات يعني في بعض الأحيان التلاعب بالجمهور (تطوير هذه المعلومة أو تلك يمنحها أهمية لا تتمتع بها بالضرورة).

<sup>1</sup>ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015، ص ص 63-66.



وفي الأنظمة الاستبدادية، تكون وسائل الإعلام موضع اهتمام كل من هم في السلطة، والذين يريدون ممارسة السيطرة عليها. لأن ما تكشفه الصحافة يؤثر على الحياة السياسية: فقد جاءت استقالة الرئيس الأميركي نيكسون في عام 1974 في أعقاب كشف صحيفة واشنطن بوست عن فضيحة ووترجيت.

ولكن يجب الإشارة إلى أن الأنظمة الديمقراطية توفر ضمانات للحد من قوة تأثير وسائل الاعلام على الجمهور وتشكيل الرأي العام من خلال:

✚ لا تشكل وسائل الإعلام وحدة متجانسة مثل السلطات الدستورية الثلاث الأخرى: فالأجهزة الصحفية تتبنى آراء مختلفة.

✚ التعددية المعلوماتية: يتمتع الأفراد بحرية الاختيار الحقيقية بين عدد وافر من المنافذ الصحفية.

✚ التفكير النقدي العام: الارتفاع العام في مستوى المعرفة في الديمقراطيات الحديثة يعزز التفكير النقدي. وتساهم التعددية أيضاً من خلال إثارة الأسئلة والشكوك.

✚ وسائل الإعلام هي انعكاس للرأي العام: حيث أن هناك مجموعة من الصحف التي تعكس تنوع الآراء السياسية، كما أن تفضيلات بعض القراء تذهب إلى الصحيفة اليومية التي هي مرآة لما يعتقدون.

✚ وسائل الإعلام الخاصة هي مؤسسات تجارية، تخضع لقانون السوق، وعليها بالتالي الاستجابة لطلب عملائها.

✚ تُمارس حرية الصحافة ضمن إطار قانوني صارم: حيث يمكن الطعن في وسائل الإعلام، المسؤولة عن المعلومات التي تنشرها، أمام المحاكم. وبذلك يراقب المجلس الدستوري حيادية المعلومات السياسية خلال الفترات الانتخابية.

ومن ناحية أخرى، يمكننا أن نؤكد أن لوسائل الإعلام تأثيراً هائلاً على الرأي العام، حتى لو كان مشتتاً بين عدد كبير من وسائل الإعلام الصحفية والإذاعية والتلفزيونية. ولذلك

فإن وسائل الإعلام هي لاعب أساسي في التنظيم السياسي والاجتماعي. خاصة في ظل تطور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: دور الإنترنت في الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام:<sup>2</sup>

### 1- ميزات وإيجابيات الإنترنت:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة (NICT)، يحتل الإنترنت اليوم مكانة مهيمنة في المشهد الإعلامي. ويلعب الإنترنت دوراً حقيقياً في الحياة السياسية والممارسة الديمقراطية وتشكيل الرأي العام:

- ✚ من خلال تقديم دعم جديد للممارسات الديمقراطية.
- ✚ من خلال تعزيز التبادل الفوري للمعلومات.
- ✚ من خلال تقديم أدوات اتصال جديدة (المدونات والمنتديات والمحادثات والشبكات الاجتماعية).
- ✚ تلعب الإنترنت دوراً إعلامياً، وتولد التبادلات والمناقشات وتعزز ظهور الديمقراطية الإلكترونية.
- ✚ تسمح شبكة الإنترنت للمعارضة وللمواطنين بالهروب من وسائل الإعلام الرسمية لنقل رسائلهم الخاصة وقيادة المعارك السياسية: وهذا هو النشاط السيبراني.
- ✚ تشكل الإنترنت أخيراً منصة جديدة لبعض الصحف التقليدية التي تقدم الآن عرضاً رقمياً.

### 2- المخاطر والحدود:

ومع ذلك فإن مخاطر الإنترنت حقيقية:

- ✚ مساهمة ونشاط منخفض من جانب الإدارة مما لا يتيح مجالاً كبيراً للتبادلات.

<sup>2</sup> Dominique Wolton, **La communication politique : construction d'un modèle**, CNRS édition, Paris, 2017, pp47-49.

⚡️ خطر التلاعب والتوظيف السياسي للشبكات الاجتماعية.

⚡️ إساءة استخدام المحتويات والشبكات، وما إلى ذلك.

وبالتالي يشكل الإنترنت وسيلة إعلامية ذات حدين، وهو ما يفسر وجود هيئات رقابية تضمن احترام وحماية البيانات الشخصية لمستخدمي الإنترنت.

وكمثال على ذلك سنحاول رسم صورة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام

### ثالثاً: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام:

لأكثر من عقد من الزمان، حولت وسائل التواصل الاجتماعي ديناميكيات الاتصال السياسي، مما سمح للأفراد بإبداء آرائهم وتمكن السياسيين من التواصل مباشرة مع ناخبهم دون تحيز وسيط. تشير نتائج دراسات علمية حديثة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون بمثابة عامل مساواة قوي في السياسة، حيث يمكن للقادمين الجدد إلى السياسة الحصول على دعم كبير باستخدام قنوات التواصل الاجتماعي التي يمكن الوصول إليها بسهولة وبتكلفة منخفضة.

ووفقاً لتقارير صادرة مؤخراً فإن المسؤولين المنتخبين الشباب الذين نقل أعمارهم عن 35 عاماً يستفيدون من وسائل التواصل الاجتماعي للحملات والتواصل مع ناخبهم. إن تحكم هؤلاء السياسيين الأصغر سناً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا تزيد من فرصهم في القيادة فحسب، بل تغير أيضاً كيفية قيادتهم بمجرد انتخابهم.

يوضح صعود سياسيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال طوال حملاتهم وفترة ولايتهم، القوة المحتملة لهذه المنصات في تشكيل الخطاب والرأي العام. ومع ذلك، أظهرت الدراسات أيضاً أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي إلى تفاقم الاستقطاب السياسي، وتعميق الانقسامات بين الناخبين. وفي حين يشعر بعض المستخدمين أن وسائل التواصل الاجتماعي تعرضهم لوجهات نظر متنوعة وتسهل دعم المسائل والقضايا

المهمة، يعتقد آخرون أن المناقشات السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر إثارة للجدال من تلك الموجودة في سياقات أخرى. ولذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تفرض مجموعة من التحديات التي تمس الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام.<sup>3</sup>

**رابعاً: التحديات التي يفرضها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام:<sup>4</sup>**

### 1- انتشار المعلومات المضللة:

يعد انتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي مصدر قلق متزايد. ووفقاً لدراسة أجراها مركز بيو للأبحاث، أفاد حوالي ثلثي الأميركيين (64%) أن الأخبار المزيفة تسبب قدرًا كبيرًا من الارتباك حول الحقائق الأساسية المرتبطة بالقضايا والأحداث الحالية. وينتشر هذا الشعور على نطاق واسع على اختلاف مستويات الدخل والتعليم والانتماءات الحزبية ومعظم الخصائص الديموغرافية الأخرى للمبحوثين. ويمكن أن يكون لانتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة تأثير كبير على الرأي العام وصنع القرار.

### 2- الاستقطاب المتزايد وعدم التسامح:

أظهرت الأبحاث أن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تخلق غرف صدى، حيث يتعرض المستخدمون فقط لوجهات نظر تتوافق مع وجهات نظرهم. ويمكن أن يؤدي هذا إلى بيئة سياسية معادية بشكل متزايد، حيث يكون الناس أقل استعدادًا للانخراط في الخطاب المدني والتسوية. كما وجدت الدراسات أن الاستقطاب السياسي أصبح أعمق الآن من أي وقت مضى بسبب التطور الكبير في وسائل الاتصال والاعلام.

<sup>3</sup>ماكومز ماكس وآخرون، الأخبار والرأي العام: آثار الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 46-47.

<sup>4</sup>رفعت مصطفى محمد، الرأي العام في الواقع الافتراضي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 77.

## 3-زيادة المراقبة والرقابة:

يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للحكومات والمنظمات الأخرى لمراقبة الخطاب السياسي وفرض الرقابة عليه تضليل الرأي العام وتوجيهه. على سبيل المثال، من المعروف أن الحكومات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمراقبة وقمع الأصوات المعارضة. وقد وجدت دراسة أن ما لا يقل عن 70 دولة لديها حملات تضليل عبر مواقع التواصل الاجتماعي. في فيتنام، تم تجنيد المواطنين لنشر رسائل مؤيدة للحكومة على صفحاتهم الشخصية على Facebook كما استخدمت الحكومة الغواتيمالية حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المخترقة والمسروقة لإسكات الآراء المعارضة. واستأجر الحزب الحاكم في إثيوبيا أشخاصًا للتأثير على محادثات وسائل التواصل الاجتماعي لصالحه.

**خامسا: الاستراتيجيات التي يمكن تنفيذها لتعزيز الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي في الممارسة السياسية وتشكيل الرأي العام:**<sup>5</sup>

## 1-تشجيع التحقق من الحقائق وتحسين معرفة وسائل الإعلام:

للاستفادة من الإمكانيات الكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الخطاب السياسي الإيجابي، من الضروري إعطاء الأولوية للمبادرات التي تعزز معرفة وسائل الإعلام والتحقق من المعلومات والأخبار. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تزويد المستخدمين بالموارد لتعزيز مهارات معرفة وسائل الإعلام، مثل التدريب على كيفية تحديد المصادر الموثوقة والأدوات للتحقق من دقة المعلومات. ومن خلال تشجيع المستخدمين على تقييم صحة المعلومات بشكل نقدي قبل مشاركتها مع الآخرين، يمكن مكافحة الانتشار المزعج للمعلومات المضللة والأخبار المزيفة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي.

## 2-تشجيع المشاركة المدنية

<sup>5</sup>خليل أبو الأصبع صالح، الدعاية والرأي العام: مفاهيم وتطبيقات، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 81.

يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة قوية لتعزيز المشاركة المدنية. من خلال إنشاء المنتديات ومجموعات المناقشة عبر الإنترنت حيث يمكن للمستخدمين المشاركة في حوار هادف وتبادل وجهات نظر متنوعة، يمكننا تسهيل تبادل الأفكار والآراء. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز حملات تسجيل الناخبين وتشجيع المواطنين على المشاركة في أشكال أخرى من المشاركة المدنية.

### 3- تعزيز الحوار البناء:

لضمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحوار البناء، من الأهمية بمكان تعزيز الحوار المحترم وتثبيط استخدام اللغة التحريضية. يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي إنشاء إرشادات للمستخدمين لمتابعها وتشجيع الإبلاغ عن أي حالات خطاب الكراهية أو التحريض. علاوة على ذلك، يجب على هذه المنصات اتخاذ خطوات استباقية لإزالة أي محتوى ينتهك شروط الخدمة الخاصة بها.

### سادسا: وسائل التواصل الاجتماعي تشكل أداة مهمة للمساواة السياسية:

ففي حين تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بالقدرة على تعزيز الحوار السياسي الهادف والتغيير الإيجابي، فإنها تفرض أيضا تحديات كبيرة في شكل معلومات مضللة واستقطاب ورقابة. ومع ذلك، من خلال تنفيذ استراتيجيات تعزز معرفة وسائل الإعلام والمشاركة المدنية والحوار المحترم، يمكننا تسخير الإمكانيات الكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي لإحداث تغيير إيجابي.

وتأسيسا على ذلك فمن المهم أن يدرك مختلف الفاعلين الاجتماعيين أهمية التأثير الكبير الذي يمكن أن تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي على المشهد السياسي وأن تتخذ مختلف الجهات خطوات استباقية للتخفيف من آثارها السلبية. فمن خلال العمل معًا لتعزيز

الشفافية والمساءلة والاستخدام المسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي، يمكن خلق مواطنين أكثر اطلاعًا وانخراطًا، وفي نهاية المطاف بناء مجتمع أقوى وأكثر ديمقراطية.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار واللقاء، الكويت، 2011، ص 117.

## تمهيد:

مفهوم الرأي العام من المفاهيم الشائعة الاستعمال في العلوم الاجتماعية وفي لغة السياسة اليومية على السواء. ولكنه مفهوم هلامي يصعب تعريفه رغم كثرة استخدامه. وإذا ما أتفق على تعريفه اسمياً، فإنه من الصعب تحديده وحصره وقياسه إجرائياً في عالم التجربة والواقع اليوميين. وكما أنه اصطلاح شائع على السنة الكتاب والمفكرين ورجال السياسة، فإنه يتردد كذلك على السنة العامة في أحاديثهم من خلال الأحكام التي تُصدرها الجماهير على عمل ما سلباً، أو إيجاباً. وقد لعبت وسائل الإعلام تاريخياً دوراً كبيراً في إعطاء صوت للرأي العام وصناعته وتوجيهه، وخاصة من خلال الإذاعة والتلفزيون. أما اليوم، فقد أصبحت أدوارها أكثر أهمية وأكثر تعقيداً. مما أدى إلى تعزيز مكانتها خاصة في ظل بروز وانتشار الإنترنت، التي أضحت أداة ضرورية للتواصل السياسي المعاصر وتحتل مكانة بارزة ضمن معادلة التأثير المتضمنة للفاعلين السياسيين ووسائل الإعلام والرأي العام والمجتمع ككل.

## أولاً: العلاقة بين المجتمع والرأي العام:

يرجع مفهوم الرأي العام إلى مجتمعات وعهود تاريخية قديمة، عاصرت وجود الجماعة الإنسانية، أو الظاهرة البشرية في صورة مجتمع: فقد عرفه الفكر السياسي والاجتماعي بمفاهيم مختلفة كإرادة الأمة، ومشية الشعب، والروح العامة، وصوت الشعب، وروح الشعب، وعبر عنه المسلمون الأوائل بمصطلحات عدة مثل الاجتهاد، والإجماع، والشورى، وجمهور الأمة، والقياس، والاستحسان، وغير ذلك من التسميات الفقهية الشائعة آنذاك. ويُشير البعض إلى أن شتى ضروب التجديد في المجتمعات البدائية كانت تأتي عادة عن طريق تطبيق القواعد المتولدة عن العادة أكثر مما كانت تأتي عن طريق المناقشة وتكوين الرأي العام. ويعود ذلك إلى أن أفراد هذه المجتمعات التقليدية كانوا يخضعون لتأثير العادات أكثر مما كانوا يخضعون لسلطان الأفكار.

لقد شكّلت كتابات كل من أفلاطون وأرسطو بداية متواضعة لدراسة ظاهرة "الرأي العام"، خاصة أن كلا الفيلسوفين أكد على ضرورة وجود الحكومة الرشيدة القوية الخاضعة للقانون.



فالدولة بالنسبة إليهما يجب أن تقوم على مبدأ الديمقراطية: على أن تقوم على مشاركة الشعب في السلطة وخضوعه للقانون. وكان أفلاطون يُفضّل قيام الدولة الأرستقراطية، من خلال النظر إليها باعتبارها دولة ذات صبغة عقلانية وطبقية، قائمة على أساس موافقة المحكومين وقبولهم، ويكون فيها الحُكّام هم الأوصياء على الصالح العام.

وتبلور الرأي العام العربي قبل الإسلام من خلال بعض المؤسسات القبلية، كمجلس الملاء، أو مجلس شورى القبيلة، المتكون من رؤساء الأقبام أو الأسر الممثلين لقبائلهم، كدار الندوة التي اتخذت مركزاً يجتمع فيه شيوخ قريش إذا ما طرأ لهم أمر ما. وكان سوق عُكاظ الشهير صورةً حيةً من صور مؤسسات الرأي العام كوعاءٍ أوسع يجمع كل عرب الجزيرة العربية، وكانت سوق عُكاظ بجانب أغراضه التجارية معرضاً عاماً ومجمعاً لغوياً (رسمياً)، له محكمون، فيعرض شعراء كل قبيلة عليهم شعرهم وأدبهم، فما استجادوه فهو الجيد، وما بهرجوه فهو الزائف. وتذكر المصادر التاريخية أن النشاط الأدبي والسياسي تغلب على التجارة في هذا السوق، وهذا ما تميّز به عُكاظ عن غيره من الأسواق في ذلك الوقت. وعُكاظ بهذا تُعتبر ندوة سياسية كبرى تقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل: فمن أراد إعلان حربٍ على قومٍ أعلنها في هذا السوق.

وفي الإسلام أستمّر سوق عُكاظ حيث يُقام كل عامٍ قبل انصراف الناس من الحج، وكان لمفهوم الرأي العام في الإسلام حضورٌ كبيرٌ متمثلاً في قيمة الشورى باعتبارها نظام حُكم يستهدف استطلاع رأي الأمة، أو من ينوب عنها في الأمور القائمة المتعلقة بها، تختلف عن الشورى في الأمور الفنية. وترتبط الشورى في الفكر الإسلامي ارتباطاً وثيقاً بالمؤسسة السياسية. وهي عند بعض المفكرين فريضة في سياسة الدولة والأمة، بل وشرط في طاعة الرعية للراعي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سعيد الحديدي منى، إمام علي سلوى، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص ص 49-50.

ومصطلح الرأي العام الذي لم يتداول إلا في العصر الحديث وبصفة خاصة منذ الثورة الفرنسية، لا يعني أن هذا المصطلح لم يرتبط بحياة الناس إلا في حقبة متأخرة. بل نجد له أثراً في العديد من المجتمعات البدائية والتقليدية.

## ثانياً: الرأي العام في المجتمعات التقليدية:<sup>2</sup>

### 1-الرأي العام في العصر اليوناني:

قد لعب الرأي العام دوراً كبيراً في الحضارة اليونانية، فقد كانت دولة المدينة تستمد سلطتها من رضاء المحكومين. وبذلك انفتح المجال أمام تبادل الآراء والنظرة العقلانية، وعكست المناقشات العامة التي كانت تدور حول حق المشاركة في الحياة السياسية وفي الهيئات التمثيلية، أمثال المؤتمر العام، ومجلس الخمسمائة، بوادر بروز الرأي العام وشكلت كتابات كل من أفلاطون وأرسطو بداية متواضعة لدراسة ظاهرة الرأي العام، خاصة أن كتاباتهما أكدت على ضرورة أن تقوم الدولة على مبدأ الديمقراطية وأن يعلى مشاركة الشعب بالسلطة وخضوعه للقانون.

### 2-الرأي العام في العصر الروماني

مع ظهور الامبراطورية الرومانية برز ما سمي آنذاك، بصوت الشعب أو صوت الجماهير. وتكلموا عن الآراء الشائعة بين الناس. وظهر ناقلوا الأخبار المحترفون، وكانت الكلمة تنقل من خلال الاتصال الشخصي، وعبر شبكة الطرق التي بناها الرومان، لترتبط بين أطراف امبراطوريتهم المترامية، وأقامت على هذه الطرق مراكز لا يفصل بين الواحد والآخر منها أكثر من مئة ميل روماني، وكل منها مزود بالجياد، بحيث يكون للكلمة والخبر أبلغ الأثر في تشكيل الرأي العام الروماني. وكان للمفكرين والخطباء أمثال "شيشرون" وأخيه "كونتيوس" دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام، وقد كتب هذا الأخير بالذات رسالة كاملة عن الدعاية وفنونها.

<sup>2</sup>سكري رفيق، دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس، لبنان، 1991، ص ص 37-38.

هذا بالإضافة إلى الفنون والنشرات الإخبارية ذات التأثير القوي الفعال على العقول والأخيلة وأنماط السلوك.

### 3- الرأي العام في العصور الوسطى:

كان للرأي العام في عصور النهضة الإسلامية دوراً فعالاً في مختلف جوانب الحياة الإسلامية، فقد اهتم الإسلام بالحرية الشخصية وحيرة التملك والتنقل ووضع أصولاً عامة للحكم منها مبدأ الشورى. ووضع الضوابط لممارسة هذه الحريات وحدود للحكم وللمحكومين، وأقر حق الشعب في مقاومة طغيان الحكام. فالخليفة مقيد باتباع أحكام القرآن والسنة وإجماع الصحابة، فإذا خرج عليها وجبت معصيته. وقد أدرك الخلفاء أهمية الرأي العام فكانوا يهتمون بمعرفة آراء الرعية واتجاهات الرأي العام منها، وقد استفاد نظام الحكم في الإسلام من تجارب الأمم والحضارات السابقة عليه. وقد كان المعنى الديمقراطي مألوفاً ومتميزاً مع طبيعة الحياة العربية.

### 4- في العصر الحديث:<sup>3</sup>

خلال القرن الخامس عشر وعصر النهضة، اخترع "جوتنبرج" آلة الطباعة، وانتشرت الفلسفة والعلوم، وبدأ الباحثون يهتمون بدراسة العلوم الإنسانية، وشملت أوروبا حركة فكرية قوية في كافة المجالات. وظهرت الدولة القومية، وأتيح للعامة قدر أكبر من المعرفة والإلمام بالقراءة والكتابة وظهرت الصحف، مما أتاح للكلمة المكتوبة دوراً أكبر في التأثير في الرأي العام، والذي تعمق بالتطورات التي أدخلت على آلات الطباعة كما تقدمت وسائل المواصلات تقدماً كبيراً.

وتعد وسائل الإعلام أدوات تنظم الاتصال من "شخص" إلى "عدة أشخاص"، وصحيح أن من هم في السلطة أرادوا دائماً السيطرة على وسائل الإعلام حتى يتمكنوا من تشكيل الآراء. في هذه الحالة، يمكن للمعلومات أن تتحول بسرعة إلى دعاية، خاصة مع تطور الصحافة

<sup>3</sup> علي سعد إسماعيل، الاتصال والرأي العام: مبحث في القوة والأيديولوجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989،

سواء تم تنفيذ هذه السياسة طوعاً أو تم دمجها ضمناً من قبل هيئة التحرير (أسوأ أشكال الرقابة هي الرقابة الذاتية). وفي العديد من البلدان، تفلت وسائل الإعلام اليوم من سيطرة الدولة.

لكن مسألة استقلالها لا يمكن حلها عن طريق خصصتها. والواقع أنها إذا كانت مملوكة لمصالح خاصة، أو حكومة القلة، أو الشركات المتعددة الجنسيات، فإنها تستطيع أن تسعى إلى تحقيق أهداف أخرى غير مجرد إعلام عامة الناس.

ومع ذلك، فإن وسائل الإعلام لا تتجح بشكل كامل في تشكيل الرأي العام. في الدول الديكتاتورية، على الرغم من صعوبة التعبير عن الآراء، إلا أننا نعلم أن ما تقوله وسائل الإعلام الرسمية ليس الحقيقة. لذلك، هناك اتجاه قوي بعدم تصديق ما يُقرأ أو يُرى أو يُسمع، حتى عندما يكون حقائق موضوعية. وفي الأنظمة السياسية الديمقراطية، تخضع وسائل الإعلام لنظام تنافسي. فإذا انحرفت كثيراً عما يكون الجمهور مستعداً لاستقباله، فسيتم التخلي عنها... وعموماً يمكن الحديث عن علاقة المجتمع بالرأي العام من خلال طبيعة النظام السياسي والاجتماعي السائد داخل المجتمعات، حيث يمكن التمييز بين:<sup>4</sup>

#### أ- النظم الديمقراطية:

حيث تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المخالف علانية بالنسبة للمسائل العامة دون خوف، وتعتبر الحياة الحزبية ضرورة من ضرورات الحياة السياسية، فالحياة الحزبية تتميز بالحرية والانفتاح وتعتبر ظاهرة صحية للنظام السياسي، وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام طمعاً في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية وتلجأ إلى عدة وسائل لتحقيق ذلك من أهمها:

- العمل على تنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير (يعتمد على درجة الثقافة والتعليم التي وصل إليها أفراد الشعب).

<sup>4</sup>البشر بن سعود محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 2014، ص ص 118-120.

- ضرورة عرض الحقائق كاملة على الرأي العام (بما يساهم في القضاء على الشائعات وعدم ظهور تقلبات مفاجئة في اتجاهات الرأي العام).
- استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام (استخدام وسائل الإعلام في شرح سياستها ومحاولة صياغة الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تتفق مع الصالح العام).
- الاهتمام باستطلاع الرأي العام (دراسة اتجاهات الرأي العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها).
- توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية (يتسم بالعمق والاستنارة والعقلانية والثبات النسبي والظهور والوضوح والتعبير السلمي عن نفسه).

### ب- النظم غير الديمقراطية:

هي النظم التسلطية التي تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب وتتحكم في آرائهم وتحد من حقوقهم وحررياتهم. ومن أمثلتها نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من دول العالم الثالث المختلفة التي تدعي تطبيق الحكم الديمقراطي وهي في الواقع بعيدة كل البعد عنه للضغط والتسلط. فالنظم الديكتاتورية تضع القيود على الحرية الفردية والجماعية وتفرض الرقابة على وسائل الإعلام وفي الغالب تمتلك الدولة نفسها هذه الوسائل وتحظر تملكها على الأفراد والجماعات والهيئات، وتقوم بدعاية قوية لا تمتنع فيها عن استخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتضليل والتهويل فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب.

وتكون النتيجة هي خلق رأي عام "مصطنع". من أهم سماته في النظم غير الديمقراطية وجود رأي كامن غير ظاهر سطحي وغير عميق، أو ما يمكن تسميته بالأغلبية الصامتة. وينعدم التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب. والأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها، ومن ثم فإن الاستبداد بالرأي والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب، يؤدي حتماً إلى سلبية الرأي العام في الدولة إذ يحل محله (الخوف العام) أو (السخط العام).

وتأسيسا على ما سبق، يمكن القول أن الرأي العام ظاهرة لها أبعاد اجتماعية تنشأ في كنف المجتمع وتتأثر به؛ حيث نجد أن المجتمعات الشفهية التي تعتمد الاتصال الشفهي وأين يعيش الأفراد في تجمعات صغيرة ويسود التضامن العضوي والتقسيم البدائي للعمل والزعامة القبلية. قد سادها التعبير المباشر عن الآراء والتشاور في تسيير شؤون الجماعة. وبالانتقال إلى المجتمع الزراعي حيث فرضت الزراعة على الأفراد الاستقرار والانتقال إلى نظم اجتماعية واقتصادية جديدة، من منطلق أن النظام الاقتصادي ونظام الملكية عمل على رسم هيكلية هرمية للسلطة داخل المجتمع، ما جعل الرأي العام هامشيا ولا يُعتد به. أما في المجتمع الجماهيري، أين تحتل وسائل الاعلام الجماهيرية مكانة مهمة في المجتمع مع شيوع استخدامها لدى الأفراد وتراجع دور العلاقات الاجتماعية التقليدية، فإنها تساهم بدرجة كبيرة في تشكيل الرأي العام بالخصوص في المجتمعات الديمقراطية التي تسمح بممارسة الحريات الفردية والجماعية وبالتعبير الحر عن الآراء ويتعدد التنظيمات السياسية والاجتماعية والمؤسسات الإعلامية وتوفير الحريات اللازمة لتنظيمات المجتمع المدني. على عكس الأنظمة الشمولية التي تعمل على مصادرة كل تلك الحقوق والحريات وتفرض رقابة على وسائل الاعلام ولا تسمح بتشكيل الرأي العام.

كل تلك العوامل ساهمت في بروز المجتمع الشبكي الذي يتسم بالتداول الحر للمعلومات والتفاعلية والتشبيك والمنصات الالكترونية التي وفرت مساحات كبيرة للتعبير والنقاش السياسي وتعبئة الرأي العام الذي أصبح الكترونيا على غرار الفضاء العام.<sup>5</sup>

وينتشر الرأي العام الالكتروني واستخدام التقنيات الجديدة في التعبير عن الآراء السياسية وتعبئة الرأي العام بالأساس لدى 3 فئات اجتماعية هي:<sup>6</sup>

✚ طبقة المهمشون والفاقة للزاد المعرفي والتعليمي.

<sup>5</sup> حمليل رشيد، الحرب والرأي العام والدعاية، وزارة الثقافة، الجزائر العاصمة، 2007، ص ص 16-20.

<sup>6</sup> حسنين شفيق، الاعلام الجديد: الاعلام البديل تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار الفكر وفن للطباعة والنشر، جمهورية مصر العربية، 2010، ص 159.

النخبة: إذ نظرا لامتلاكها للزاد المعرفي والتعليمي والموقع الاجتماعي المهم فإن  
اعلامها البديل يكون أكثر تطورا وأكثر انسجاما.

النخبة الشبابية المهمشة المتمثلة في خريجي الجامعات والمعاهد العليا والفئات  
الشبابية الناشطة في تنظيمات المجتمع المدني التي تعاني التهميش المزدوج من  
السلطة والمجتمع المدني.

**تمهيد:**

يساهم قياس الرأي العام في فهم الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي، حيث يمكن من خلاله التعرف على المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة، بالإضافة إلى احتياجات ورغبات الجمهور. كما يوفر هذا القياس مجموعة غنية من المعلومات حول الرأي العام ومكوناته واتجاهاته، مما يساعد في اتخاذ القرارات المناسبة بناءً على الحقائق المتاحة. ويعمل أيضاً على توجيه الرأي العام بشكل سليم، وتزويده بالمعلومات والآراء والاتجاهات التي تسهم في تعزيز عملية التنمية.

**أولاً: مفهوم قياس الرأي العام:<sup>1</sup>**

تعرف الموسوعة الاجتماعية عملية قياس الرأي العام على أنها تلك العملية التي يتم من خلالها التعرف إلى ردود أفعال الناس وتوجهاتهم تجاه عبارات وأسئلة مصاغة بشكل واضح، وذلك من خلال المقابلات والمحاورات، فعملية قياس الرأي العام ما هي إلا أداة تستخدم من قبل جهات مختلفة للوصول إلى أهداف محددة في التعرف إلى ميول الرأي العام واتجاهاته حول قضايا معينة مثار حولها الجدل في المجتمع، لا سيما أن هذه العملية تعطي الجهات المعنية بها نسبا كمية محددة ودقيقة إلى حد ما حول توجهات الرأي العام.

ويقصد بقياس الرأي العام، أو استطلاعات الرأي العام تلك البحوث الميدانية التي تحاول الوصول إلى تعبيرات كمية في شكل أرقام ونسب مئوية ومعاملات إحصائية للتعبير عن تفضيلات ووجهات نظر مختلف أفراد وفئات المجتمع موضع البحث بشأن مسائل أو قضايا محددة سلفاً. وعادة يعتمد الباحث على البحث الميداني من خلال ملاحظة ومقابلة واستقصاء آراء أفراد المجتمع أو العينة التي تم اختيارها بطريقة علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.

**ثانياً: نشأة قياس الرأي العام وتطوره:**

<sup>1</sup>حلاق بطرس، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص ص 13-14.



في الماضي والحاضر، اعتمد الحكام في المجتمعات العربية على وسائل بسيطة للتعرف على آراء الناس وظروفهم، مثل خروج الحاكم للاستماع مباشرة إلى آراء المواطنين، أو تكليف بعض المقربين منه لجمع المعلومات حول أحوال الناس وآرائهم. ومع تطور الزمن، أصبحت عملية قياس الرأي العام تحظى بأهمية متزايدة في العصر الحديث، حيث تُعتبر خطوة أساسية في تعزيز العملية الديمقراطية.

وبدأ الاهتمام بالرأي العام في حوالي عام 1824م، عندما سعت بعض الصحف ومؤسسات التجارة والتسويق إلى استطلاع آراء الجمهور من خلال إجراء استفتاءات تُعرف بالاقتراع الأول. ومع ذلك، كانت هذه الأساليب تقتصر إلى الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأي العام. لاحقاً، تم الانتقال من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم في قياس الرأي العام، مع التركيز على الحصول على عينات تمثل المجتمعات بشكل أفضل.

شهد عقد الستينات من القرن الماضي انطلاقة حقيقية في مجالات استطلاعات الرأي العام، حيث توسع هذا النشاط العلمي ليشمل دول الاتحاد السوفيتي السابق والعديد من دول أوروبا الشرقية، مما أدى إلى إنشاء هيئات علمية ومراكز متخصصة في بحوث الرأي العام. أما مرحلة النضج التي بدأت في أوائل السبعينات، فقد تميزت بتناول استطلاعات الرأي العام وقياساته من منظور شامل ومتكامل ويطرق وأساليب منهجية مصممة بدقة. تبدأ بالتخطيط لعملية القياس، ثم تليها مرحلة اختيار العينة المناسبة، تليها عملية تصميم أداة القياس وفي الأخير اجراء عملية القياس والاشراف عليها ومعالجة البيانات الميدانية.<sup>2</sup>

### ثالثاً: تصنيف مسوح الرأي العام:<sup>3</sup>

يمكن تصنيف مسوح الرأي العام وفقاً لوظائفها إلى الفئات التالية:

1. استطلاعات الرأي العام: تُعتبر هذه النوعية من المسوح الأولى في هذا المجال، وتهدف إلى تقديم فهم سريع وفوري لوجهات نظر الجمهور حول قضية أو قضايا محددة. تركز

<sup>2</sup>عاطف علي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، 2006، ص 73.

<sup>3</sup>منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، دار النشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002، ص 64.

هذه الاستطلاعات على معرفة آراء الناس والنسب المئوية المتعلقة بها، بالإضافة إلى رصد الشائعات وتحليلها.

واستطلاعات الرأي هي تقنية تهدف إلى قياس الرأي العام من خلال استجواب عينة تمثيلية من السكان. وبالتالي فإن الاستطلاعات تجيب على سؤال. يمكن أن تتنوع المواضيع: القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وكذلك التجارية.

ويمكن للمعاهد التي تجري هذه المسوحات أن تعمل نيابة عن الدولة أو لصالح جهات خاصة في إطار العمليات التجارية أو دراسات السوق.

وبمجرد تحديد سؤال المسح، يتم إنشاء عينة تمثيلية من السكان المستهدفين، مع احترام حصص معينة مرتبطة بالجنس والعمر ومهنة رب الأسرة والشخص الذي تتم مقابلته وموقع الإقامة، وما إلى ذلك.

2. قياس اتجاهات الرأي العام: يهدف إلى فهم الآراء والدوافع الكامنة وراءها، ويتميز ببطء نسبي في إنجازه، حيث يعتمد على أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي.

3. بحوث الرأي العام: تهدف إلى توفير مجموعة غنية من المعلومات التي تفيد في التخطيط الإعلامي. يمكن أن تكون هذه البحوث نظرية، مثل الدراسات التي تتناول مقومات الرأي العام في دولة معينة، أو ميدانية، مثل تحليل دوافع مروجي الشائعات وخصائصهم وأنماط تعرضهم لوسائل الإعلام.

#### رابعاً: صعوبات قياس الرأي العام:<sup>4</sup>

تواجه عملية تشكيل الرأي العام خاصة في الدول النامية عدة تحديات، منها:

1. نقص المعلومات من حيث الكمية والتنوعية المتاحة لبعض الأفراد أو تضاربها وعدم وضوحها، وعلى الرغم من دورها الحيوي في تشكيل الرأي العام. فالأشخاص الذين يفتقرون إلى المعلومات لا يمكنهم تكوين آراء صحيحة.

<sup>4</sup>صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 1991، ص 37.

2. إن مفهوم الرأي العام معقد، ويشير بدوره إلى الجمهور والفضاء والإرادة. إن التفكير في الجمهور الذي يشكل الرأي هو تفكير في إنتاج مجتمع سياسي قادر على الحكم والمناقشة والمناظرة. والمجتمع بهذه الصفات غير متوفر في الكثير من البلدان.
3. تعاني بعض الدول على غرار الدول النامية من نقص حاد في وسائل نقل المعلومات.
4. تتغير بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في هذه الدول دون الاستفادة من المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، حيث تصل نسبة الأمية إلى مستويات عالية، مما يعيق الوصول إلى وسائل الإعلام المطبوعة.
5. يعيق النقص الملحوظ في الموارد المالية للدول النامية إمكانية إجراء قياسات علمية دورية دقيقة، نظراً لما يتطلبه ذلك من تكاليف مرتفعة وأجهزة تكنولوجية متطورة.
6. تواجه قياسات الرأي العام العديد من المشكلات المنهجية، أبرزها الشك في أهمية هذه القياسات، وانخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، وقلة العائد من الاستبيانات البريدية، بالإضافة إلى عدم تقديم معلومات دقيقة وعدم التعاون مع الباحثين، وظهور "فئة اللارأي"، وصعوبة تطبيق اختبارات الصدق بسبب غياب معايير خارجية للقياس، فضلاً عن قلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الذين يمكن الاعتماد عليهم في جمع البيانات.

#### خامساً: الانتقادات الموجهة لمسوح الرأي العام:

إن مسألة الرأي العام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمسألة الديمقراطية وبالعمليات التي تعززها أو تشوهها. إن الرأي العام الذي يتم استدعاؤه باستمرار، وتتبعه وقياسه بلا كلل، هو أكثر ديناميكية من كونه نتيجة كمية، يعبر عنها بالرسوم البيانية، أو غيرها من وسائل عرض وتمثيل البيانات الكمية.

وفكرة الرأي العام هي فكرة مثيرة للجدل بشكل خاص، ولها معنى واضح ومع ذلك فهي معقدة للغاية. إن ازدواجية المصطلح، المشحون بدوره بدلالات سلبية أو إيجابية، هي تاريخية ومهيكلية: إلى أي مدى يمكننا "تصنيع" الرأي أو تكوين عينة مماثلة للمجتمع الكلي؟ وهل يمكن

التحقق من مطابقته للرأي العام السائد في المجتمع من خلال استطلاعات الرأي؟ إن الجواب على هذه السؤال هو أصل الجدل حول استطلاعات الرأي.

يتم اللجوء إلى استطلاعات الرأي من خلال إجراء المعاينة بهدف جعل المفهوم الفلسفي للرأي العام قابلاً للقياس الكمي. وبدأ الجدل من قبل "بيير بورديو" في مقالته "الرأي العام غير موجود" (أعيد نشرها عام 1978 في مجلة أسئلة علم الاجتماع)، والتي رفض فيها البعد المبني بقوة للاستطلاعات، باعتبارها "مصنوعات" تضيف الشرعية على التقارير التي يتم إثباتها بقوة من خلال فرض إجابات معينة، وعددا من التحيزات المنهجية.

في الواقع، من خلال صياغة الأسئلة التي قد لا يطرحها المشاركون بالضرورة على أنفسهم، فإن هذا الأسلوب يفترض مسبقاً أن كل شخص يمكن أن يكون له رأي في كل شيء. وهو أمر غير صحيح. وبنكرنا بورديو أن هذا ليس هو الحال على الإطلاق في الواقع، وأن هذه الأدوات، بسبب فشلها في عكس الرأي الموجود مسبقاً، تقوم ببناء تمثيل أدائي له. ومن ثم، يرفض عالم الاجتماع منهج "كانتر" التجريبي، معتقداً أنه لا يأخذ في الاعتبار بشكل كافٍ مسائل أساسية تحدد بناء الرأي وفي مقدمتها "الهابيتوس". وبعبارة أخرى، فإن تلقي المعلومات سيختلف تبعاً لرأس المال الاجتماعي والثقافي للأفراد<sup>5</sup>.

ومقال بورديو المنشور عام 1973، "الرأي العام غير موجود"، لا يحتوي على كل النقد السوسيولوجي، ولكنه يعبر بقوة عن نقد الخيال المنظم (الاستطلاعات) الذي يقوم على ثلاث فرضيات رئيسية. فمن ناحية، تفترض استطلاعات الرأي أنه من المرجح أن يكون لكل شخص رأي في كل شيء. ومن ناحية أخرى، فإنها تقوم على مبدأ أن جميع الآراء متساوية. وأخيراً، فإنها تفترض وجود إجماع حول مدى ملاءمة طرح سؤال معين في وقت معين.

ومع تطور التكنولوجيا الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي تشهد تطورات عديدة في العلاقة مع الرأي، حيث شجعت الوسائط الرقمية على التعبير عن المواضيع الذاتية: على

<sup>5</sup> غريب سيد أحمد وآخرون، علم الاجتماع والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 19.

الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك أو تويتر، وبنقاش الأفراد الأحداث الجارية وبعلقون عليها علناً. وتعمل خصوصية أشكال الاتصال على الويب على تغيير حالة أجهزة تشفير وفك تشفير المعلومات وتنوع المصادر، على سبيل المثال، فإن تكاثر التعبيرات على الشبكات الاجتماعية الرقمية يمنح آراء الأقليات والآراء البديلة الفرصة لسماعها. كما يتم نشر الرأي علناً من خلال مجموعة متنوعة من التفاعلات الرقمية مثل التعليقات والإجابات وإعادة التغريدات والتقييمات العامة أو حتى المتصيدين (les trolls) - يشير المصطلح إلى الخلافات الساخنة ومستخدمي الإنترنت الذين يشاركون فيها-. إن وفرة هذه التفاعلات تجعل نقاشات الرأي أكثر أهمية من المعلومات نفسها. وفي الواقع، عندما يشارك مستخدمو الإنترنت آرائهم بشكل جماعي، فمن الممكن أن يولدوا الدعم أو الرفض. ومن ثم يتم تشكيل مجموعات - جماهير - تجسد رأياً عاماً في لحظة معينة يتجاوز الآراء الفردية الخاصة. وتوفر آلية للتعرف على توجهات الرأي العام وإمكانية رصده وقياسه.

ويركز النقد التقني على النظام الإحصائي الذي تستخدمه معاهد الاقتراع ويهدف إلى زيادة الدقة وموثوقية استطلاعات الرأي، خاصة في المواقف الانتخابية. وقد دفعت بعض الإخفاقات الصارخة (انظر الانتخابات الرئاسية الفرنسية عامي 1995 و2002) إلى مراجعة منهجية استطلاعات الرأي، وبالتالي، إلى قسم من العلوم الاجتماعية موضع تساؤل حول تكوين ما يسمى بالعينات التمثيلية، وفي بناء الأسئلة الموجهة للجمهور

كما يتضمن معنى الرأي العام معاني التعدد والاختلاف، والحديث عن الآراء العامة كما نعمل اليوم هو اعتراف بتعددية الآراء الضرورية وغير القابلة للاختزال وغير القابلة للقياس الكمي. وتثير استطلاعات الرأي جدلاً لأن استخدامها يمكن أن يؤدي إلى حدوث انتهاكات وبالتالي التأثير على القراء وتشكيل الرأي. واستطلاعات الرأي هي في الواقع مجرد مجموع الإجابات الفردية ولا تعكس بالضرورة الرأي العام، وهو تعبير جماعي عن مجموعة تفاعلات

معقدة. وعلاوة على ذلك، فمن خلال طرح أسئلة لم يطرحها المواطنون علناً، تقوم استطلاعات الرأي ببناء الرأي بشكل مصطنع حول سؤال معين<sup>6</sup>.

سادساً: أبرز التوصيات التي يمكن أن تساهم في تحسين وتطوير قياسات الرأي العام:<sup>7</sup>

1. من الضروري التأكيد على أهمية إجراء بحوث دورية ومستدامة لقياس الرأي العام فيما يتعلق بمختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها. يجب عدم التردد في القيام بهذه الدراسات، حيث إن المخاطر الناتجة عن عدم قياس الرأي العام والافتراض بوجود معرفة شاملة دون الاعتماد على بيانات ميدانية حقيقية، بالإضافة إلى تجاهل قياسه في بعض الحالات، تعتبر مخاطر مرتفعة نسبياً يمكن تفاديها من خلال القياس العلمي الدقيق والمستمر.
2. على الرغم من أهمية "تقارير المعلومات"، إلا أنه من الخطر الاعتماد عليها كمقياس وحيد لقياس اتجاهات الرأي العام، حيث إنها لا تعكس في الواقع الصورة الحقيقية للرأي العام.
3. ينبغي عدم الاقتصار على مصدر واحد فقط في قياس الرأي العام، بل يجب السعي لتحقيق أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز دراسات، لأن ذلك سيساهم في تنوع وجهات النظر وتوسيع نطاق المعرفة.
4. تتجلى أهمية الربط بين نتائج قياس الرأي العام والمحتوى الإعلامي الموجه للمواطنين من خلال وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصي. إذ يوجد دائماً ارتباط وثيق بين قياس الرأي العام من ناحية، وتوعية الرأي العام وتوجيهه وتصحيح الأسس المعرفية التي يستند إليها من ناحية أخرى.

<sup>6</sup>مصطفى ربحي عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للطباعة والنشر، عمان، 2005، ص 159.

<sup>7</sup>عدلي العبد عاطف، نهى العبد عاطف، الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 114.

5. من الضروري تعزيز وحدات قياس الرأي العام بالموارد المادية والتكنولوجية التي تسهم في تسريع عمليات جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها، واستخلاص نتائج متنوعة منها. كما يجب أن تتمتع هذه الوحدات بقدرة عالية على تخزين المعلومات واسترجاعها، وربطها بالمجموعات الأخرى المتاحة حول مواضيع ذات صلة أو مشابهة.
6. تعتبر أهمية التدريب المنظم والمكثف للقوى البشرية المتخصصة في دراسات وقياسات الرأي العام أمراً بالغ الأهمية. يجب اختيار هؤلاء المتخصصين بناءً على معايير التخصص والخبرة وسعة الأفق، بالإضافة إلى صفات مثل راحة العقل، والقدرة على التعبير، والأمانة، والثقة، والإحساس بالمسؤولية تجاه العمل الوطني الذي يقومون به. كما ينبغي توفير الفرص لهم للاطلاع على أحدث الأنظمة العالمية في قياس الرأي العام، والانفتاح المعرفي والمهني على تجارب الدول المختلفة في هذا المجال.

## قائمة المراجع

### قائمة المراجع:

#### أولاً: المراجع باللغة العربية:

##### 1- الكتب

- 1- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسية العامة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 1998، ص ص 87-90.
- 2- أحمد زكريا أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، جمهورية مصر العربية، 2012، ص 7.
- 3- البشر بن سعود محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 2014.
- 4- بن سعود البشر محمد، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر، المملكة العربية السعودية، 2014، ص ص 103-105.
- 5- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص ص 176-178.
- 6- حسن فياض عامر، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان، موسوعة القوانين العراقية، بغداد، 2011.
- 7- حسن محمد نصر، نظريات الاعلام، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015، ص 249.
- 8- حسنين شفيق، الاعلام الجديد: الاعلام البديل لتكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار الفكر وفن للطباعة والنشر، جمهورية مصر العربية، 2010، ص 159.
- 9- حلاق بطرس، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 10- حمليل رشيد، الحرب والرأي العام والدعاية، وزارة الثقافة، الجزائر العاصمة، 2007.
- 11- خالد أبو سمرة وآخرون، سيكولوجيا الرأي العام، دار الولاية للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 12- خليل أبو الأصبع صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 13- خليل أبو الأصبع صالح، الدعاية والرأي العام: مفاهيم وتطبيقات، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 14- خيضر شعبان، مصطلحات في الاعلام والاتصال، دار السان العربي، الجزائر، 2001، ص ص 34-37.
- 15- رشتي أحمد جيهان، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، لبنان، 1978، ص ص 98-99.
- 16- رفعت مصطفى محمد، الرأي العام في الواقع الافتراضي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
- 17- سعيد الحديدي منى، إمام علي سلوى، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
- 18- سكري رفيق، دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس، لبنان، 1991.
- 19- سناء الجبور، الاعلام والرأي العام العالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 16.
- 20- سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 21- صادق الأسود، الرأي العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 1991.



## قائمة المراجع

- 22- صبحي عسيبة، الرأي العام، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2007، ص ص 12-18.
- 23- الضلاعين نضال فلاح وآخرون، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 83-85.
- 24- عاطف عدلي العيد ونهى عاطف عدلي العيد، الرأي العام والفضائيات -دراسة في ترتيب الأولويات-، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص ص 44-46.
- 25- عاطف علي العيد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، 2006.
- 26- عبد الحليم محي الدين، الرأي العام: مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله، وظائفه وقوانينه، طرق قياسه وأساليب تغييره، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2009.
- 27- عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص 92-94.
- 28- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1984.
- 29- عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، جمهورية مصر العربية، 1998، ص ص 24-28.
- 30- عدلي العيد عاطف، نهى العيد عاطف، الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
- 31- عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار واللقاء، الكويت، 2011.
- 32- عكاشة رضا، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2006.
- 33- علي سعد إسماعيل، الاتصال والرأي العام: مبحث في القوة والأيدولوجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989.
- 34- عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996، ص ص 38-42.
- 35- غريب سيد أحمد وآخرون، علم الاجتماع والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 36- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، 2002، ص ص 294-295.
- 37- كاظم الدعيمي غالب، صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت -تقاليد موروثة وسلطة مطلقة-، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- 38- كامل خورشيد مراد، مدخل الرأي العام، دار مسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 39- ماكومز ماكس وآخرون، الأخبار والرأي العام: آثار الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 40- ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015.
- 41- محمد السيد فاطمة الزهراء، استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.

- 42- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص ص 287-289
- 43- محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 57
- 44- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، بيروت، 1990، ص ص 65-66.
- 45- محي الدين عبد الحلیم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه)، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2009.
- 46- منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، دار النشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002
- 47- يوسف كافي مصطفى، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

### 2-المجلات والدوريات:

- 48- عزام أبو الحمام، نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الرابع، ديسمبر 2017، ص ص 265-292.
- 49- إلهام بوتلجي، المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة من وسائل الاعلام التقليدية إلى الوسائط الجديدة، مجلة متيجة للدراسات الإنسانية، العدد التاسع، 2018، ص 142.

### 3-أطروحات الدكتوراه:

- 50- غزوان جبار محمد حسين العامري، دور القنوات الفضائية في تشكيل الراي العام تجاه الأزمات السياسية في العراق: دراسة ميدانية على جمهور النخب الاكاديمية في بغداد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2014، ص ص 60-63.

### ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 51- Barsalou Marc André, **silence et rencontre : la disponibilité à l'autre**, presses de l'université du Québec, Canada, 2012.
- 52- Charron, J., **La production de l'actualité**, Boréal, Montréal, 1994.
- 53- Mucchielli Roger, **Communication et réseaux de communication**, les éditions E.S.F, 1980.
- 54- Noëlle-Neumann Elisabeth., The Spiral of Silence: A theory of public opinion, **Journal of Communication**, N° 24, 1974.
- 55- Wolton Dominique, **La communication politique : construction d'un modèle**, CNRS édition, Paris, 2017.