

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام
في الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف
د. دبيش فاتح

إعداد الطالبة
✓ بن رجم احلام

السنة الجامعية: 2020/2019

إهداء

نهجي هذا العمل المتواضع إلى والديا بالدرجة الأولى اللذين كانا نعم
السند لي، دون أن أنسى أخواتي العزيزات الغاليات على قلبي خولة
ومريم ودنيا.

وصديقات دربي كل باسمها وإلى كل من ساهم في مساعدتي في هذا
العمل المتواضع من قريب أو بعيد.

شكر و عرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من صنع إليكم معروفاً فجازوه، فإن

عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم قد شكرتم، فإن الله يحب

الشاكرين".

لأسيما ونحن في هذا المقام، لا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى كل

من لم يبخل علينا بنصائحه وارشاداته لإنجاز هذا البحث ونخص بالذكر

الأستاذ المشرف "دبيس فاتح" الذي كان لي نعم الأستاذ فلم يبخل عليا

بتوجيهاته ونصائحه فشكرا وألف شكر أستاذي العزيز.

	شكر و عرفان الاهداء
أ ب	مقدمة
	الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة
2	أولاً: إشكالية الدراسة و التساؤلات
4	ثانياً: أسباب و اهداف الدراسة
5	ثالثاً: الاطار المفاهيمي للدراسة
10	رابعاً: الدراسات السابقة
20	خامساً: نتائج الدراسات السابقة
23	سادساً: النظريات المفسرة للدراسة
	الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام
28	تمهيد
29	أولاً: تاريخ تطور الرأي العام
34	ثانياً: أنواع الرأي العام
38	ثالثاً: خصائص الرأي العام
41	رابعاً: أهمية الرأي العام
43	خامساً: وظائف الرأي العام
47	سادساً: كيفية تكوين الرأي العام
49	خاتمة
	الفصل الثالث: مدخل الى وسائل الاعلام
51	تمهيد
52	أولاً: اساسيات حول وسائل الاعلام
52	1-مراحل تطور وسائل الاعلام
53	2-أنواع وسائل الاعلام
57	3-خصائص وسائل الاعلام
62	ثانياً: اساسيات حول وسائل الاتصال
62	1-مراحل تطور وسائل الاتصال
69	3-وظائف وسائل الاتصال
72	خاتمة

	الفصل الرابع: علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام
74	تمهيد
75	أولاً: تأثير وسائل الاعلام و علاقته بتشكيل الرأي العام
75	1-عوامل تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام
75	أ-أنواع الاتصال
75	ب-أنواع القضايا
76	ت-أنواع الناس
76	ث-أنواع التأثيرات
76	ج-أنواع الظروف المحيطة
77	2-وسائل الاعلام و علاقتها بالرأي العام
77	أ-الإذاعة (الراديو) والرأي العام
79	ب-التلفزيون و الرأي العام
80	ت-الصحافة و الرأي العام
81	3-أنواع تأثير وسائل الاعلام
87	ثانياً: تأثير وسائل الاتصال على تشكيل الرأي العام
87	1-مواقع التواصل الاجتماعي و تشكيل الرأي العام
90	خاتمة
	الخاتمة
	قائمة المراجع

خطة البحث

مقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أسباب وأهداف الدراسة.

ثالثاً: الإطار المفاهيمي للدراسة.

رابعاً: الدراسات السابقة.

خامساً: نتائج الدراسات السابقة.

سادساً: النظريات المفسرة للدراسة.

الفصل الثاني: مدخل إلى الرأي العام.

تمهيد.

أولاً: تاريخ تطور الرأي العام.

ثانياً: أنواع الرأي العام.

ثالثاً: خصائص الرأي العام.

رابعاً: أهمية الرأي العام.

خامساً: وظائف الرأي العام.

سادساً: كيفية تكوين الرأي العام.

خلاصة.

الفصل الثالث: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال.

تمهيد.

أولاً: أساسيات حول وسائل الإعلام.

1. مراحل تطور وسائل الإعلام.

2. أنواع وسائل الإعلام.

3. خصائص وسائل الإعلام.

ثانياً: أساسيات حول وسائل الاتصال.

1. أنواع وسائل الاتصال.

2. وظائف وسائل الاتصال.

خلاصة.

الفصل الرابع: علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالرأي العام في الجزائر.

تمهيد.

أولاً: تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام.

1. عوامل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام.

أ. أنواع الاتصال.

ب. أنواع القضايا.

ت. أنواع الناس.

ث. أنواع التأثيرات.

ج. أنواع الظروف المحيطة.

2. وسائل الإعلام وعلاقتها بالرأي العام.

أ. الإذاعة (الراديو) والرأي العام.

ب. التلفزيون والرأي العام.

ت. الصحافة والرأي العام.

3. أنواع تأثير وسائل الإعلام.

ثانياً: تأثير وسائل الاتصال على تشكيل الرأي العام.

1. مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام.

خلاصة.

قائمة المصادر والمراجع.

الفهرس.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أسباب وأهداف الدراسة.

ثالثاً: الإطار المفاهيمي للدراسة.

رابعاً: الدراسات السابقة.

خامساً: نتائج الدراسات السابقة.

سادساً: النظريات المفسرة للدراسة.

مقدمة

كان ومازال لوسائل الإعلام والاتصال أهمية كبيرة ففي العصور الوسطى استخدمت هذه الوسائل بشكل واسع خاصة أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية وكان لها تأثير كبير على نفوس الجنود.

ومع التقدم التكنولوجي الحاصل في هذا العصر فإن هذه الوسائل أصبحت تسيطر وبشكل كبير على مختلف جوانب الحياة صغيرها وكبيرها، وكذلك لوسائل الإعلام والاتصال دور كبير في تعزيز سبل الحوار بين الثقافات والمجتمعات، ونجد أيضا الدور الذي تلعبه هذه الوسائل بكل أنواعها وأشكالها (السمعية، المرئية، المقروءة) في مجال تأثيرها على الرأي العام وتشكيل توجهاته، أو تعبئته نحو أهداف أو قضايا معينة، ومنه فنجد أن وسائل الإعلام والاتصال عبارة عن أداة مهمة تساهم في عمليات التغيير الاجتماعي وفي كل دول العالم مهما كان مستوى تقدم أو تخلف هذه الدول.

وقد تعمل هذه الوسائل على أحداث إعادة بناء للترتيبات القيمية والسلوكية لأي مجتمع عن طريق خلق معايير وقيم جديدة، وفرض أوضاع اجتماعية مرغوبة، وتدعيم الأفكار والاتجاهات للمواقف المرغوبة.

وبعد ظهور التكنولوجيا الحديثة من شبكة الإنترنت والأقمار الصناعية، وخلق فضاء للتواصل بين شعوب العالم مما جعلت العالم بمثابة قرية صغيرة مرتبطة بشبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية.

وتعتبر الجزائر من الدول التي استفادت من الإعلام الفضائي حيث أن الإعلام الجزائري اليوم ومعه قطاع السمعي البصري شهد تحولات كبيرة، سواء ما تعلق بطبيعة النشاط الإعلامي في الوسائل المسموعة والمرئية، أو ما تعلق بالهياكل وعدد القنوات وخصائصها خاصة بعد التعديل في قوانين قطاع السمعي البصري هذا ما ساهم في انشاء القنوات الفضائية الخاصة التي تعتبر منبر إعلامي جديد فصح المجال لحرية التعبير في الجزائر.

ومن خلال بحثنا هذا سنحاول تقديم فكرة واضحة في معرفة دور وسائل الإعلام والاتصال في التأثير

على الرأي العام.

مقدمة

حيث ضم الفصل الأول الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة انطلاقاً من تحديد الإشكالية وأسباب وأهداف اختيار الموضوع، إضافة إلى الإطار المفاهيمي، والدراسات السابقة ونتائج الدراسات السابقة، وأخيراً تحدثنا عن النظريات المفسرة للدراسة.

أما الفصل الثاني فتطرقنا إلى مدخل إلى الرأي العام تناولنا من خلاله العناصر التالية: تاريخ الرأي العام، أنواع الرأي العام، خصائص الرأي العام، أهمية الرأي العام، وظائف الرأي العام، كيفية تكوين الرأي العام.

بينما الفصل الثالث تطرقنا فيه إلى مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال تناولنا من خلاله العناصر التالية: أساسيات حول وسائل الإعلام، مراحل تطور وأنواع وسائل الإعلام والخصائص، أساسيات حول وسائل الاتصال، أنواع هذه الوسائل ووظائف وسائل الاتصال.

بينما الفصل الرابع تطرقنا فيه إلى علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالرأي العام في الجزائر تناولنا من خلاله تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام، عوامل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، وعلاقة وسائل الإعلام وعلاقتها بالرأي العام، وأنواع تأثير وسائل الإعلام، وتأثير وسائل الاتصال على تشكيل الرأي العام.

تمهيد.

أولاً: تاريخ تطور الرأي العام.

ثانياً: أنواع الرأي العام.

ثالثاً: خصائص الرأي العام.

رابعاً: أهمية الرأي العام.

خامساً: وظائف الرأي العام.

سادساً: كيفية تكوين الرأي العام.

خاتمة.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

الإشكالية:

يعتبر العصر الذي نعيش فيه عصر وسائل الإعلام والاتصال، وعصر الشعوب التي تعتمد اعتماداً كلياً على الإعلام والاتصال، لذا وجب علينا أن نكون أكثر دراية بعالمنا الذي نعيش فيه، فالثورة الإعلامية وتكنولوجيا الاتصال التي يشهدها العالم قد قلبت كل الموازين، بل بات يعتبر من مقومات أي دولة مما أكد على مكانة وأهمية الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها.

وقد أصبحت وسائل الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي بمثابة قوة وسلطة مثلها مثل القوة العسكرية والاقتصادية، كما تساهم أيضاً في بلورة آراء واتجاهات الأفراد حول تشكيل رأي عام موحد، حيث يعتبر هذا الأخير الرأي العام ظاهرة وليدة العصور القديمة، واعتبر ذو أهمية كبيرة في عصرنا الحالي سواء على المجال العالمي أو الإقليمي أو المحلي لكل دولة من الدول فقد كان الاهتمام بهذه الظاهرة في العالم من خلال تكوين آراء واتجاهات حول قضايا ومسائل تثير الرأي العالمي وتشغل الرأي العالمي ثم انتقل الاهتمام بالرأي العام العالمي إلى الاهتمام به على المجال القومي، مثلاً اهتمام الدول العربية بالمسألة الفلسطينية، ولم يلبث أن انتقل الرأي العام من المجال المحلي لكل دولة وأصبحت كل دولة تعطي أهمية لرأي الشعب حول مختلف قضايا المجتمع وخاصة فيما يخص الجانب السياسي، وكان لوسائل الإعلام والاتصال الدور الفعال في تكوين اتجاهات وآراء حول مختلف القضايا التي تطرحها هذه الوسائل، فأصبح لهذا الأخير أهمية على جميع الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

فقد عملت هذه الوسائل على تشكيل الرأي العام وقولبته وتحريكه إزاء الظواهر التي تمس المجتمع حسب أهدافه ومصالحه، ومع التطور الهائل لتكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال، أصبح اهتمام هذه الوسائل بالرأي العام أكثر، فلا يمكن أن تتكرر الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع، فمن المستحيل أن تكون

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

هناك قضية أو موضوع أثير الجدل حوله إلا كان لهذه الوسائل دور في الترويج له والتعريف به وبذلك المساهمة في تكوين آراء واتجاهات حوله لدى الجمهور المستقبلي، فقد أصبحت هذه الوسائل بمثابة آلة محرّكة للجمهور حسب أهدافها.

ونجد الجزائر كدولة عربية عرفت في السنوات الأخيرة انفتاح إعلامي واتصالي في مختلف المجالات بعدما كان هذا المجال مقتصر على التلفزيون العمومي وبعدها كانت الصحف هي المتنافس الوحيد للقارئ لتلقي المعلومة من المصدر، وبالنظر إلى الدول الغربية والدول العربية التي بلغت أشواطاً في المجال الإعلامي والاتصال، وجب لزاماً على الجزائر ان تستيقظ من سباتها وتلحق بعجلة الدول المتقدمة في مجال الإعلام والاتصال هذا المجال الاستراتيجي والحساس.

ومنه نطرح السؤال المركزي الذي يدور حوله محور إشكالية بحثنا وهو كالتالي:

ماهي طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والاتصال والرأي العام في الجزائر؟

التساؤلات

هل وسائل الإعلام والاتصال تصنع الرأي العام؟ أو تعمل على خلق توجه له؟

ماهي وسائل الإعلام والاتصال المستخدمة في تشكيل الرأي العام الجزائري؟

كيف تؤثر وسائل الإعلام والاتصال على الرأي العام؟

الفرضيات:

وسائل الإعلام والاتصال تصنع الرأي العام وتعمل على خلق توجه له حسب مصالحها.

وسائل الإعلام والاتصال المستخدمة في تشكيل الرأي العام الجزائري متنوعة وتختلف كل حسب مجاله.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

تؤثر وسائل الإعلام والاتصال على الرأي العام الجزائري حسب طبيعة الموضوع وكيفية تناوله من طرف هذه الوسائل.

ثانيا: أسباب وأهداف الدراسة:

أسباب الدراسة:

نظرا لقلّة الدراسات حول هذا الموضوع وعدم الاهتمام الكبير له من قبل الباحثين رغم الأهمية التي له. المساهمة في إثراء هذا الموضوع ومحاولة إبراز جوانب الغموض فيه.

أن الإعلام والاتصال أصبح لهما دور وتأثير واضح على الرأي العام في مختلف دول العالم.

محاولة رصد إسهامات بعض من وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الرأي العام.

محاولة البحث عن انعكاسات هذه الوسائل على تكوين الآراء والاتجاهات وإبراز العلاقة القائمة بين البرامج الإعلامية والرأي العام.

أهداف الدراسة:

بيان الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال في التأثير على آراء المجتمعات وتوجهاتهم نحو مختلف القضايا.

إبراز خصائص الرأي العام والعوامل التي تتدخل في تكوينه.

معرفة أهم الوسائل الإعلامية والاتصالية وكيفية تأثيرها على رأي الأفراد.

إضافة إلى محاولة الإلمام بكل جوانب الموضوع من أجل إثراء مكتبتنا بمثل هذه المواضيع حتى يتسنى للطلبة والباحثين الاستفادة منه.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

ثالثا: الإطار المفاهيمي للدراسة

مفهوم الإعلام:

لغة: جاء مصطلح الإعلام من مادة علم، والعلم نقيض الجهل، وجاء الإعلام من باب علم علما وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء.

ويعرف أيضا بأن الإعلام يعني التبليغ والإبلاغ أي الايصال يقال بلغت القم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك.

اصطلاحا: هو التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل دولة ونظام.1

مفهوم وسائل الإعلام:

جميع المؤسسات الحكومية والأهلية التي تنشر الثقافة للجماهير وتعنى بالنواحي التربوية كهدف لتكليف الفرد مع الجماعة ومن هذه المؤسسات الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، ودور السينما.2

مفهوم الاتصال:

لغة: كلمة مشتقة من المصدر وصل الذي يعني أساسا "الصلة وبلوغ الغاية، نقول وصلت للشيء وصلا وصلة والوصل خلاف الفصل، اتصال الشيء بالشيء يعني لم ينقطع.3

¹ ابن منظور: لسان العرب: "مادة وصل" ج14، دار الأحياء التراث العربي ومؤسسة التاريخ العربي، بيروت، ط2، 1993، ص252.

² بسام عبد الرحمان المشاقية: الإعلام التعاوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2016، ص32.

³ كريمة مقاوسي، حميزي وهيبية: دور الإعلام في توجيه الاهتمام بالموهوبين: مداخلة بجامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

كما أرجع البعض الكلمة إلى الأصل COMMON بمعنى عام أو مشترك.¹

وفي المعاجم الأجنبية نجد أن لفظ الاتصال مترجم عن الكلمة الإنجليزية COMMUNICATION وهي مشتقة

من اللاتينية COMMUNIS التي تعني الشيء المشترك وفعالها COMMUNICARE أي يذيع أو يشيع.²

اصطلاحاً: يرى عالم الاجتماع "تشارلز كولي" بأن الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقة

الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان.

ونجد "كارل هوفلاند" يقول إن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهاته (عادة

ما تكون رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة).

من جانبه يرى عالم الاجتماع "تشارلز رايت" أن الاتصال هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد.³

إجراءياً: هو عملية تفاعل عن طريق نقل الأفكار والرغبات بواسطة الرموز والإشارات بين شخصين أو أكثر

عبر وسيلة اتصالية، بهدف التأثير.

مفهوم وسائل الاتصال:

لغة: بمعنى التوصل إلى الشيء برغبة، وهي أخص من الوصلة لتضمنها لمعنى الرغبة.

اصطلاحاً: وسائل الاتصال هي عبارة عن أدوات لنشر كافة أنواع المعلومات عن طريق الوسائل الإلكترونية

الحديثة.

¹منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص 31.

²مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص401.

³منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 33.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، ففي عملية الاتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته، إما شفويا أو بواسطة الاتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية بصرية) ولكن مع ملاحظة ان الوسيلة ليست هي الأداة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تتشخص في هيكل التواصل كله، بمعنى أن الجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة اتصال.1

هي عبارة عن وسائل وأساليب تعمل على نقل الإشارات والمعلومات بين الناس.

وتعرف أيضا، بأنها كل تقنية أو أداة تصل بين فردين أو أكثر تنقل بواسطة بموجبها لغة أو رموز أو حركات يفهما طرف الاتصال، المرسل والمستقبل.

إن وسائل الاتصال هي الوسائل السمعية التي تشمل الكلام المحكي والأصوات والموسيقى، والوسائل البصرية التي تشمل الصور والرسوم الجامدة والمتحركة، والوسائل النصية الرقمية.2

مفهوم الرأي العام:

لغة: يتكون من كلمتين الرأي أي الحكم أو وجهة نظر الفرد مبني على التجربة، وكلمة عام وتشير إلى الجماعة ومنه فالرأي العام يهتم بتوجهات الجماعة لا بأراء الفرد، وقد عرفه "نعمة العبادي" بناء على ذلك بأنه رأي الجماعة التي تربطها رابطة الاعتماد المتبادل حول قضية جدلية تخص مصلحة وربما مصير تلك الجماعة.3

اصطلاحا: هناك العديد من التعريفات التي وضعت للرأي العام:

نجد "فلويد ألبورت" يعرف الرأي العام بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة ما إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم مؤيدا أو معارضا لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح

¹محمد علي القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2007، ص 13.

²شعباني مالك: www.saharawi.net ، جامعة محمد خيضر بسكرة.

³ثبيلة إبراهيم إسماعيل: الانسان والسلوك الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر، ص 50.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

ذو أهمية جماهيرية، بحيث تكون نسبتهم في العدد من الكثرة والاستمرار كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأي.

أما قاموس "وييستر" فيعرف الرأي العام على أنه الرأي المشترك خصوصا عندما يظهر على أنه رأي العامة من الناس.1

يعرفه ليونارد دووب (Lunared Doob) قال فيه " الرأي العام هو مجموعة من الاتجاهات للناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.

تعريف (Key) هو الآراء التي يعتقها بعض الأشخاص، ونجد الحكومة أنه من الأجدر واللائق اتباع تلك الآراء والأفكار.2

يعرفه وليم البيج (Wellim Elbj) فقال بأن "الرأي العام هو النتائج عن تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة أو هو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة عامة".3

الرأي العام في اصطلاح علماء السياسة والإعلام نجد الدكتور "أحمد أبو زيد" وجهة نظر أو رأي أغلبية الجماعة لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتثير حولها المناقشة صراحة أو ضمنا في إطار هذه الجماعة.4

¹ رحموني لبنى: تقييم الرأي العام، محاضرات اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهدي، ط1، أم البواقي، الجزائر، ص 5 ص6.

² عاطف عدلي عبيد: مدخل الاتصال والرأي العام، دار بيروت للنشر، ط1، بيروت، لبنان، 1997، ص 102.

³ محمد رمضان: الرأي العام بين الدعاية والإعلان، دار بيروت للنشر، بيروت، لبنان، ط2، 1986، ص 27.

⁴ فراس محمد إبراهيم: مراعاة الرأي العام، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص 19.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

بالنسبة لهينييسي (Hennessy) فإن الرأي العام هو مجموعة وجهات النظر القابلة للقياس لدى الأفراد أو الأشخاص الذين لهم مصلحة في هذا الأمر.¹

إجرائياً: وهي كل ما تقدم يمكن تعريف الرأي العام بأنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعي في فترة معينة حول قضية معينة تكون ذات جدل وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأساسية.

مفهوم الرأي العام الإلكتروني:

لغة: عبارة عن آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع يهمهم أو تأثروا به، يطرح للمناقشة والحوار بواسطة التقنية الإلكترونية التي يقصد بها الشبكة العنكبوتية من خلال مواقع الإنترنت والبريد الإلكتروني وهواتف الجيل الثالث في زمن محدد.²

ويتميز الرأي العام الإلكتروني بعدة خصائص يتفرد بها، سهولة قياس الاتجاهات فيه، قدرته على التفاعل مع غالبية المواضيع التي تهتمه، سرعة الانتشار والوصول لأكبر شريحة من الناس في أنحاء العالم، يتجدد الرأي العام الإلكتروني باستمرار.

هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها.³

¹رشيد حمليل: الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، ط1، 2007، ص 102.

²العبيد الطيب عبد القادر أحمد: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 2017، ص 120.

³خليل محمد، مفهوم الرأي العام الإلكتروني، شبكة اسلام أونلاين، على الرابط

<http://www.islamonline.net/arabic/mafahem/2004/06/article02a.shtm>. تم زيارة الموقع 2019/11/15

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: هي عبارة عن مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف، وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور.1

التعريف الإجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة هدفها التثقيف والإحاطة بالمعلومات التي تخاطب عقول الأفراد لترفع مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وهذه المواقع اليوم هي لنقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة وجديدة من خلال وسائل الإعلام الظاهرة ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

الدراسة رقم 01: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري الفيسبوك وظاهرة اختطاف الأطفال نموذجاً:

تمثلت إشكالية الدراسة في كيف أصبحت الشبكات الاجتماعية تشكل الرأي العام وتحركه إزاء الظواهر التي تمس المجتمع باختلاف طبيعتها التي من أهمها ظاهرة اختطاف الأطفال، والتي تعتبر دخيلة عن المجتمع

¹مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العراق، عدد 12، 2017-2014، ص 196.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

الجزائري، ويتضح لنا دور هذه الشبكات في إبراز هذه القضية ودورها في تحريك الرأي العام الجزائري وكانت عامل من عوامل التقليل من الظاهرة ومواجهتها، ومن هنا جاءت الإشكالية على النحو التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك في تشكيل الرأي العام الجزائري حول ظاهرة اختطاف الأطفال؟

تم استخدام منهج المسح لاقترابه من طبيعة الدراسة الوصفية، فهو من أكثر المناهج الملائمة للموضوع لأنه يعتمد على الوصف والتحليل، أما فيما يخص العينة قصدية تمثلت في 50 مفردة من أولياء الأطفال من ولاية قالمة.

اعتمد على الاستمارة في جمع البيانات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

أنّ المعلومات التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في إدارة ومعالجة القضايا الاجتماعية.

نسبة كبيرة من أفراد العينة زاد وعيهم بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال نتيجة استخدامهم لموقع الفيس بوك.

نجد أكبر نسبة من المبحوثين رأوا أنّ الفيس بوك ساهم وبشكل إيجابي في توجيه الرأي العام الجزائري فيما يخص اختطاف الأطفال.1

الدراسة رقم 02: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ميدانية جامعة الأزهر فلسطين:

¹شابي نرجس، سفياني سهيلة وآخرون، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري-الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال نموذجا-مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة قالمة، 2016/2015، دراسة غير منشورة.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

تمثلت إشكالية الدراسة في محاولة إيضاح مدى تأثير المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وانعكاسه على المشاركة السياسية، ومن هنا جاءت صياغة المشكلة على النحو الآتي:

إلى أي مدى ساهمت وأثرت مواقع التواصل الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر المبحوثين؟

تم استخدام في هذه الدراسة المنهج التاريخي لدراسة الحقائق التاريخية، إضافة إلى الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتفسيرها، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

أنّ التواصل الاجتماعي والسياسي في المواقع الاجتماعية التفاعلية انعكس إيجاباً على مستوى المشاركة السياسية لطلبة الجامعات الفلسطينية وعزّز دورهم.

أنّ الحراك الاجتماعي والسياسي الذي توفره المواقع الاجتماعية التفاعلية يؤثر في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر الطلبة.

توجيه فروق دالة احصائياً بين اتجاهات الطلبة نحو دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام وأثرها في المشاركة السياسية بناء على المتغيرات الديمغرافية للمجتمع.2

الدراسة رقم 03: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-الثورة التونسية نموذجاً-

تمثلت إشكالية الدراسة في أنّ الإعلام أصبح قوة ضغط عالمية في القرن 21 وتحول إلى مصدر قلق من الحكومات كما هو الحال بالنسبة للفيس بوك من أجل تبادل الآراء ووجهات النظر للشباب على المستوى

طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية-أطروحة مكملة لنيل درجة الماجستير علوم سياسية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012، دراسة غير منشورة. 02/12/2019 www.alazhar.edv.ps.pdf

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

الثقافي والسياسي والمطالبة بتحسين الحياة الاجتماعية والاقتصادية لتشكيل حركات الفوضى مثلما حدث في

مصر، ليبيا، تونس، ومن هنا جاءت الإشكالية على النحو الآتي:

ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صياغة الرأي العام التونسي؟

أما فيما يخص المنهج المستخدم منهج المسحي وهو مسح دراسات الرأي العام، وكانت نتائج الدراسة على

النحو التالي:

أنّ موقع الفيس بوك حسب أغلبية المبحوثين يعد من أكثر المواقع الاجتماعية استخداما.

توصلت الدراسة حسب أكبر نسبة من المبحوثين يتقنون فيما ينشر على صفحات التواصل الاجتماعي أكثر

مما تبثه وسائل الإعلام.

أكدت النتائج أنّ أكثر من 71% من نسبة المبحوثين قادرين على تغيير النظام في تونس من خلال الاعتصامات

المتكررة.3

الدراسة رقم 04: فاعلية الصحافة المكتوبة في توجيه الرأي الجزائري وتكوين الوعي السياسي:

تمثلت إشكالية الدراسة في أن وسائل الإعلام تعتبر من بين أهم الوسائط التي تتدفق من خلالها المعلومات

بين مختلف شرائح المجتمع وبين السلطة والجمهور وذلك بالنظر إلى قدرتها الكبيرة على عملية صنع القرار

والرأي العام وتعتبر همزة وصل بين صناعات القرار الذين يوجهون رسائل عن طريق وسائل الإعلام إلى الرأي

العام.

³ مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-مذكرة لنيل شهادة الماجستير، دراسة غير منشورة، جامعة

الحاج لخضر، باتنة، 2011/02/20. 15/12/2019. digitallibrary.univ.batn.dz

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

ومن الملاحظ أن للصحافة في بلادنا مفهوم واضح وذلك من منطلق الأحداث التي شهدتها البلاد في أكتوبر 1988 وظهور ما يسمى بالتعددية الحزبية، فالصحافة الجزائرية المكتوبة كان لها التأثير الكبير على الجمهور في ميادين كثيرة على غرار كرة القدم كلها مظاهر تعكس واقع الصحافة المكتوبة وتأثيرها على الرأي العام الجزائري ومدى قدرتها على صنع القرار والوعي السياسي من خلال ما تقدم كله تم طرح الإشكالية التالية:

هل يمكن للصحافة المكتوبة أن تساهم في توجيه الرأي العام وتكوين الوعي السياسي الجزائري؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي لتباين فعالية الصحافة والتأثير على الرأي العام وتوجيهه للوعي السياسي.1

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج على ضوء تحليلها للجداول كالتالي:

تعتبر جريدة الشروق اليومي من بين أهم الجرائد في الوطن وذلك من خلال إجابات المبحوثين الذين قالوا معظمهم أنهم يطالعون جريدة الشروق الوطنية بنسبة 73%.

لقد تبين من خلال الجداول أن أغلبية المبحوثين يرون أن جريدة الشروق اليومي هي الأقرب إلى مشاكل الوطن والمواطن.

نسبة 77% من المبحوثين يطالعون جريدة الشروق وذلك راجع إلى كونها من أهم الجرائد ضمن الجرائد الوطنية.

يرى أغلبية المبحوثين أن جريدة الشروق اليومية تحمل الصدق والمصداقية في عرضها للمواضيع وتعبّر عن رأي الجمهور وتأثر في آرائهم.

ترافس رشيدة: فاعلية الصحافة المكتوبة في توجيه الرأي العام الجزائري وتكوين الوعي السياسي مذكرة لنيل شهادة الماستر دراسة غير منشورة اتصال و صحافة مكتوبة، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2013/2012، pmbuniv.saida.dz، 15/12/2019.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

وجد نسبة 46% من المبحوثين يرون أن جريدة الشروق تؤثر على النساء بشكل كبير عكس الرجال. 51.

الدراسة رقم 05: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر -دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك-

تمثلت إشكالية الدراسة في اعتبار أن العالم اليوم يعيش ثورة معلوماتية هائلة متعددة الأبعاد، وهذا ما وصل بالعالم إلى عالم مفتوح دون حواجز خاصة في مجال الاتصال، وبصفة خاصة مجال الإعلام بفضل كل من الراديو والتلفزيون والأقمار الصناعية ولعل أهم إنجاز استقادت منه البشرية في مجال الاتصال هو الحاسب الآلي ليتحول اختراع بعد أن كان وسيلة لتخزين واسترجاع المعلومات إلى شاشة تربط العالم كله بفضل اختراع شبكة الإنترنت والتي أخذت تنتشر بشكل ملفت للانتباه.

ومما لا شك فيه أن هذه الخصائص هي أحد أهم العوامل التي جعلت الجدل يطرح حول إمكانية أن تصبح الشبكات الاجتماعية منافسة لوسائل الإعلام التقليدية، بحكم المكانة التي تحتلها لدى المستخدمين، حيث حررت المجتمعات من هيمنة وسائل الإعلام التقليدية التي كانت توجهها مصالح مالية وحكومية.

ومن هنا تكمن أهمية طرح الموضوع من منظور التمثل والاستخدام الاجتماعي لمعرفة واقع العلاقة بين شبكة الفيس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري بعيدا عن العلاقة الصرف بين المستخدم والتقنية، إذ تتطرق إشكالية الدراسة من التساؤل التالي: ماهي العلاقة بين شبكة الفيس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

تم استخدام كل من المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب الذي يعتبر منهج الكشف عن الوظائف الفكرية إنتاج وتكوين الأفكار ووظيفة تصوير العلاقات الاجتماعية أما فيما يخص مجتمع وعينة الدراسة هي فئة

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

الشباب الجزائري المستخدم لشبكة الفيس بوك وحجم العينة 50 مفردة فهذا النوع من الدراسات يتطلب اختيار عينة صغيرة لأنها دراسة كيفية.¹

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج نذكرها كالتالي:

النتائج المتعلقة بمحور تمثلات الشباب لشبكة الفيس بوك

أسفرت هذه الدراسة على جملة من النتائج نذكرها كالتالي:

ظهر من خلال نتائج المقابلة نصف الموجهة فيما يتعلق بمحتوى التمثيلات الاجتماعية لشبكة الفيس بوك لدى الشباب وذلك من خلال التعريف التي قدمها المبحوثين للفيس بوك، أن شبكة الفيس بوك تحيل إلى بعض العناصر التي تشكل محتوى التمثيلات وهي عناصر تتعلق بالبعد التقني، عناصر لها علاقة بالزمن والمكان في الفضاء الافتراضي، عناصر لها علاقة بوظائف الفيس بوك، عناصر تتعلق بالبعد الإعلامي، عناصر لها علاقة بالتأثير السلبي والايجابي للفيس بوك، عناصر لها علاقة بالإبداع، عناصر لها علاقة بالاطلاع على الثقافات وعناصر لها علاقة بالتعبير عن الذات.

بالنسبة لبنية التمثيلات التي يحملها الشباب عن الفيس بوك وفقا لنتائج الشبكة الترابطية لقد ظهر 23 عنصرا مشكلا لبنية التمثل تبادرت إلى ذهن الشباب بمجرد قراءتهم لكلمة فيس بوك، أي أن الشباب يتقاسمون هذه العناصر في تمثلهم للمعاني والدلالات التي تستشيرها كلمة فيس بوك لديهم وتتمثل هذه العناصر فيما يلي: هناك بعض العناصر التي ظهرت في حقل التمثل متفق عليها ويتقاسمها كل المبحوثين حيث ظهرت في 50 خطابا وبنسبة 100% وهي التواصل الاجتماعي، الترفيه، وتضييع الوقت وتكنولوجيا.

¹ بضياف سهيلة: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة -1-، 2017/2018، دراسة غير منشورة.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

أما بالنسبة لتقسيم وتنظيم عناصر التمثل وفقا لمستويات الظهور فقد جاءت كما يلي: المستوى الأول من 75% إلى 100% يتضمن العناصر التالية: تواصل اجتماعي، ترفيه، مصدر للمعلومات، هدر للوقت، وسيلة إعلامية.

بالنسبة للتمثيلات الشباب لشبكة الفيس بوك فجاءت كما يلي: تضمنت النواة المركزية كل من العناصر التالية مرتبة ومنظمة، حيث احتل التواصل الاجتماعي والترفيه المرتبة الأولى.

أسفرت نتائج الدراسة بأن الشباب يرى بأن شبكة الفيس بوك لها مجموعة من الإيجابيات والسلبيات في نفس الوقت ومن بين أهم الإيجابيات التواصل الاجتماعي بنسبة 100%.

خلصت الدراسة إلى أن علاقة الشباب الحالية بالفيس بوك علاقة روتينية بنسبة 26%¹

النتائج المتعلقة بمحور استخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك:

بالنسبة لمصادر السماع عن شبكة الفيس بوك أفاد 15 مبحوث وبنسبة 30% أنهم سمعوا عن الفيس بوك وتعرفوا عليه من خلال أصدقاءهم.

ظهر من خلال الشباب أن 25 فردا من العينة أي بنسبة 50% أكدوا أنهم بدأوا استخدام الفيس بوك سنة 2012.

توصلت الدراسة أيضا إلى أن الشباب يستخدمون الفيس بوك في المنزل بنسبة 47.61% كأكبر نسبة ويستخدمونه في كل مكان بنسبة 42.85%.

¹ بضياف سهيلة: المرجع السابق ص 290.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

توصلت الدراسة أيضا إلى أن الشباب يستخدم الفيس بوك من خلال خدمة الجيل الثالث بنسبة 64% وخدمة الجيل الرابع بنسبة 20%.

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 62% يرون بأنهم يتحكمون في الفيس بوك تحكما بسيطا في حين نسبة 38% عبروا عن تحكهم الجيد في خدمة الفيس بوك.

يظهر من خلال خطابات الشباب أن 31 شابا من الإناث والذكور يستخدمون أسماء مستعارة على حسابهم على الفيس بوك ولقد اتضح من خلال خطاباتهم في المقابلة نصف الموجهة أن ذلك يعود إلى عدة أسباب تتعلق بما يلي:

أن استخدام الأسماء المستعارة في حسابات الشباب على الفيس بوك له دلالات وأبعاد ظهرت من خلال خطابات الشباب.

توصلت الدراسة أن الشباب يهتم بالمجالات الثقافية المتنوعة، حيث يظهر أن المجال الثقافي ظهر في 50 خطابا للشباب، يليه المجال الاجتماعي ب 47 خطابا.

النتائج المتعلقة بمحور مكانة الفيس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام: توصلت الدراسة إلى أن خطابات الشباب حول الفيس بوك كمصدر للمعلومات كانت متوازنة في أغلبها، حيث توجهت خطابات الشباب بنسبة 84% للقول بأن الفيس بوك هو مصدر للمعلومات فيه.

توصلت الدراسة إلى ظهور ثلاثة خطابات لدى الشباب تعبر عن درجة اعتمادهم على شبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومات ومكانته بالنسبة لهم مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، تتمثل فيما يلي: خطاب يرى أن الفيس

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

بوك يعتبر مصدر للمعلومات مكملا لوسائل الإعلام التقليدية وذلك بمعدل ظهور في 34 خطابا أي بنسبة 68%¹

توصلت الدراسة إلى ان نسبة 66% من الشباب عبروا عن اعتمادهم على الفيس بوك كمصدر للمعلومات أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام في حالة الأزمات أو الانتخابات، في حين أكد 17 مبحوثا وبنسبة 34% أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام أكثر من الفيس بوك.

توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي والأكثر تعليما هم الفئة التي ترى الفيس بوك لن يقلل من اعتماده على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار.

نتائج متعلقة بمحور رأي الشباب في الفيس بوك كفضاء عام القضايا السياسية في الجزائر:

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 50% يؤيدون أن يكون الفيس بوك فضاء للنقاش لمختلف القضايا السياسية ولكن بتحفظ في حين نسبة 30% يرفضون تماما أن يكون الفيس بوك يمكن أن يكون وسيلة ناجعة لنقاش القضايا السياسية.

توصلت أيضا الدراسة إلى أن نسبة 70% يرون بأن من الضروري ان يخفي المناقشون للقضايا السياسية هويتهم بسبب أن الشباب لا يثق بدرجة كبيرة في حرية التعبير المطلقة الموجودة في شبكة الفيس بوك.

خلصت الدراسة إلى أن نسبة 48% يرون بأن تأثير الفيس بوك في تشكيل الرأي العام محدود.

توصلت الدراسة أن نسبة 72% يرون بأن الاحتجاجات عبر الفيس بوك لا تؤثر في تشكيل الرأي العام، في حين 14 مبحوثا بنسبة 28% يرون بأن الاحتجاجات عبر الفيس بوك تؤثر على تشكيل الرأي العام.

¹ بضيف سهيلة: المرجع السابق، ص 291 ص 292.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

أغلبية الشباب وبمعدل 40 خطابا بنسبة 80% يرون بأن تأثير الفيس بوك في الواقع غير موجود وأن كل القضايا تبقى حبيسة الفيس بوك.

نتائج تتعلق بمحور تملك الشباب للفيس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين وتشكيل الرأي العام:

توصلت الدراسة بأن 62% من الشباب لا يهتمون بالتعبير عن رأيهم في القضايا السياسية، في حين 19 شابا بنسبة 38% يعبرون عن رأيهم على شبكة الفيس بوك.

توصلت الدراسة إلى أن 20% من الشباب يتفاعلون بشكل نشط مع القضايا السياسية على شبكة الفيس بوك.

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 20% من الشباب منضمين إلى مجموعات سياسية وصفحات ومتفاعلين معها في حين 28 فردا بنسبة 56% منضمين لكن غير متفاعلين أما 12 عضوا بنسبة 25% فغير منضمين.¹

خامسا: نتائج الدراسات السابقة

الدراسة رقم 01:

إنّ المعلومات التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في معالجة القضايا الاجتماعية وخاصة في زيادة وعيهم بخطورة ظاهرة اختطاف الأطفال من خلال استخدامهم لموقع الفيس بوك ساهم في توجيه الرأي العام الجزائري.

¹ بضياف سهيلة: المرجع السابق، ص 296 ص 298.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

الدراسة رقم 02:

إنّ المواقع الاجتماعية ساهمت في توجيه الرأي العام حول زيادة المشاركة السياسية لطلبة الجامعات الفلسطينية لدى الطلبة الجامعية.

الدراسة رقم 03:

خلصت الدراسة إلى أنّ موقع الفيس بوك أثر على صناعة الرأي العام نحو الثورة التونسية، فقد لعب دور في التأثير على آراء الشعب نحو التغيير للنظام في تونس من خلال الاعتصامات.

الدراسة رقم 04:

خلصت الدراسة إلى أنّ جريدة الشروق اليومي من أهم وأكبر الجرائد في الوطن بنسبة 73% من خلال مطالعتهم للجريدة بشكل دائم وخاصة عند النساء أكثر منها عند الرجال.

الدراسة رقم 05:

خلصت الدراسة إلى أنّ الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وأهمها الفيس بوك هناك من يرى أنّ لها دور في تشكيل الرأي العام من خلال تناوله للقضايا السياسية وتفاعل الشباب مع هذه القضايا وإبداء آرائهم، وأنّه يعمل على تزويد الشباب وخاصة الجامعي بالمعلومات والأخبار ويمنحهم تسهيلات وخدمات ترفيهية وثقافية.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

خلاصة:

من خلال نتائج الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في موضوعنا أو مذكرتنا فإننا استطعنا الاطلاع على مختلف التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام كالصحافة المكتوبة في تشكيل الرأي العام والتأثير على الأفراد في تكوين اتجاهات خاصة بهم نحو مختلف القضايا داخل المجتمع، وكذلك مدى مساهمة الشبكات الاجتماعية التواصلية في تشكيل آراء إلكترونية حول مختلف المستجدات الحاصلة في العالم، فهذه الوسائل أتاحت للأفراد الاطلاع على الآراء السائدة لدى مختلف الدول حول قضايا أثارت جدلا على الساحة المحلية والعالمية.

ف نجد مختلف هذه الدراسات السابقة أعطانا تصورات حول الجوانب التي سوف نهتم بدراستها وتناولها في مذكرتنا التي تهتم بمعرفة ما علاقة كل من وسائل الإعلام والاتصال بالرأي العام في الجزائر بصفة خاصة.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

النظريات المفسرة للدراسة:

النظريات الإعلامية وتشكيل الرأي العام:

من أجل فهم دور وسائل الإعلام وخاصة التي تهتم بالرأي العام والتي يستطيع المرء من خلالها أن يفهم دور الإعلام في ظل الظروف التي يعيشها عالمنا العربي اليوم من تحديات سياسية واقتصادية وثقافية، وما تسعى دول الاستعمار الجديدة إلى تجزئة الوطن العربي وتقسيمه والسيطرة عليه وجعله أقاليم وولايات، كما هو حاصل في كل من لبنان والعراق وما مرت به الجزائر في الآونة الأخيرة وما خلفته من تأزمات اقتصادية وسياسية، لذا يفترض على الأمة العربية أن تنتظر باهتمام وتمعن إلى أهمية وسائل الإعلام ودورها في تماسك المجتمع وتأثيره القوي على رأي واتجاهات المواطنين، ومنه سوف نعرض أربعة نظريات يمكن استخدامها لفهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام نعرضها على التوالي.

نظرية ترتيب الأولويات: 1: Agenda Setting

يؤكد نموذج ترتيب الأولويات أو ما يعرف أيضا بوضع الأجندة على وجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام وبين ما يراه الجمهور هاما، ومن ثم فإنّ وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية والذي يعتبر "ماك كومب وشاو" من روادها.

وتقوم هذه النظرية على فرضية مفادها أنّ الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام لا تكمن في القول للجمهور كيف يجب أن يفكر؟ بل فيما يجب أن يفكر؟ وما الذي ينبغي أن يعرفه وأن يشعر به؟ فإرضاء اختيارات معينة ومحدودة يتم التركيز عليها بشدة مع التحكم في طبيعتها ومحتواها.

¹ هير عبد اللطيف عابد: الرأي العام وطرق قياسه، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2014، ص

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

إنّ ترس الأولويات-وضع الأجندة-كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمثل عمليا في كونها تلعب دور كبير في صنع الثقافة والسياسة للجمهور، بحيث أنّها تربط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية من خلال ما تحقّقه من إجماع حول بعض القضايا والاهتمامات عند الجمهور.²

1 نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Approach

يرى هذا النموذج أنّ الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين الوسائل الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها، ومن ثمّ فإنّ هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أنّ الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة وتلك الاستخدامات تعمل كعوامل وسيطة في عملية التأثير.

كما يشكّل التعرض لوسائل الإعلام جانب من جوانب الوظيفة لإشباع الحاجيات التي يمكن مقارنتها وللوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان.

ومن ناحية منهجية نلاحظ أنّه لا نستطيع أن نفصل نموذج طلب المعلومات عن نموذج الإشباع والاستخدامات، لأنّه لا يأتي الإشباع إلا من خلال طلب المعلومات وسلوك الفرد لإشباع حاجات معينة عنده.¹

نظرية دوامة الصمت Spiral of silence

جوهر هذه النظرية قائم على الافتراض الأساسي الذي يؤكد بأنّ وسائل الإعلام حين تتبنى آراء واتجاهات معينة وخلال فترة محددة من الزمن، فإنّ القسم الأكبر من الجمهور سوف يتحرك في الاتجاه الذي تدعمه

² عبد الإله بلقزيز: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2001، 21.

1

¹ مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 214.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

وسائل الإعلام لما لها من قوة وتأثير في تكوين الرأي العام لدى الجمهور وبالتالي يتشكل الرأي بما يتناسب وينسجم في معظم الأحيان مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام والاتصال، التلفزيون مثلاً.

يؤكد هذا النموذج بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام تنحاز أحياناً إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات، بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام، وذلك بحثاً عن التوافق الاجتماعي، أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فإنهم يتخذون موقف "الصمت" تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة أو بسبب الخوف من العزلة الاجتماعية، وبالتالي فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام فإنهم يعملون على حجب آرائهم وتجنب الحديث عنها مع الآخرين عكس الذين يمتلكون آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يكونون أكثر نشاطاً وجرأة في الإعلان عن آرائهم للحصول على القبول الاجتماعي.¹

نظرية طلب المعلومات: Information Seeking Parading

يركز هذا النموذج على سلوك المرء في طلب المعلومات، ويحاول أن يعرف العوامل التي تحدد ذلك السلوك، ومن ثم هذا النموذج يمثل انتقالاً من التركيز على القائم بالاتصال أو الرسالة ليركّز على المتلقي لرسالة. وهذا النموذج متأثر بأعمال "وسلي" وزميله "بارو" سنة 1959، وبالأعمال التي ركزت على الجوانب الانتقائية لتعرض التي أشار إليها "بيرلو" سنة 1960، حيث حاولت دراسات كثيرة اختبار الفرضية القائمة بأنّ التعرض الانتقائي للناس يجعلهم يختارون المعلومات التي تدعم مواقفهم الحالية.

ولهذا فإنّ ترتيب المعلومات المتوافرة للفرد المتوسط يختلف من مجتمع إلى آخر، وهو ما يلاحظه الباحث في بعض الدول العربية، حيث لبنية المجتمع دور في تحديد الوسيلة الإعلامية، مثال على ذلك السينما في الإمارات

¹ هير عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 172، ص 173.

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

العربية المتحدة، معظم روادها من الباكستانيين والهنود وشرق آسيا، في حين أنّ سكان الإمارات والعرب يفضلون استعمال الفيديو.²

نظرية التبعية الإعلامية أو كما تسمى (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية في حقبة ما بعد الاستقلال، كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أنّ ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلرو بويد باريت، وماتلارات" أنّ هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي وفي إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة الهجينة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي.

ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" أنّ النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات.

² راس محمد إبراهيم: مراعاة الرأي العام، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص 176.

تمهيد

أولاً: أساسيات حول وسائل الإعلام.

1- مراحل تطور وسائل الإعلام.

2- أنواع وسائل الإعلام.

3- خصائص وسائل الإعلام.

ثانياً: أساسيات حول وسائل الاتصال.

1- مراحل تطور وسائل الاتصال.

2- أهمية وسائل الاتصال.

3- وظائف وسائل الاتصال.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

تمهيد:

يلعب الرأي العام دورا وأهمية كبيرة في جميع نواحي الحياة المختلفة خاصة التي تهم المجتمع وما له من علاقة تأثير وتأثر بكل من وسائل الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها والتي تلعب دور في تشكيل الرأي العام حول قضايا ومشكلات مختلفة تواجه المجتمع، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا الفصل الذي تناولنا فيه نشأة الرأي العام أي تاريخ تطوره وأهميته وخصائصه وأنواعه والوظائف والعوامل التي تساعد على تكوينه.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

أولاً: تاريخ تطور الرأي العام:

- الرأي العام في العصور القديمة:

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث، وإنما استطلاع الرأي العام استخدم أول مرة في القرن الثامن عشر 18 إبان الثورة الفرنسية على لسان وزير مالية لويس السادس عشر جاك نيكير Jacques Necher للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في البورصة، فالظاهرة قديمة قدم الإنسان، فقد كانت الأنظمة الاجتماعية السائدة آنذاك تولي¹ آراء الناس أهمية كبيرة وتستطلع الآراء والأفكار المختلفة للوصول إلى القرارات السليمة.¹

وربما تأكد دور الرأي العام كظاهرة في دول الحضارة الإغريقية القديمة وفي أثينا وأسبرطة وغيرهما. فقد عرف الإغريق مفاهيم قريبة من الرأي مثل مصطلح الاتفاق العام والاتجاهات السائدة، حيث قسم² أرسطو المستمعين في عصر حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن، واعتبر هؤلاء هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ إلى الأصل والثورة والقوة.²

³ كما تكشف آثار مصر القديمة-حضارة نهر النيل- عن إدراك واضح للرأي العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه نحو الوجهة المطلوبة مثل (تآليه) الفرعون وتقديس الكاهن وإقامة الأهرامات، فلم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير في الرأي العام.³

1

¹ كامل خورشيد: مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط3، عمان، الأردن، 2013، ص25.

2

² شايبى نرجس وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 43.

3

³ مراد كامل: مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص 35.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

فالأمم القديمة قد عرفت الرأي العام وسعت إلى تكوينه عن طريق الحوارات والمناقشات أو عن طريق الخطب السياسية والدينية، إلا أن الرأي العام في هذه العصور لم يكن يتمتع بقدر من التنظيم وكان عبارة عن رأي موجه توجيه مبرمج له، ونجد العديد من الفلاسفة عبر مراحل التطور الفكري لمفهوم الرأي العام وعملوا على إبرازه بشكل أو بآخر، فقد عمل اليونان على سبيل المثال يقومون بالاجتماع في الساحات العامة للحوار حول مسألة معينة، وذلك من أجل استهداف وجهات النظر النهائية التي سوف تكون سائدة، وهذا ما هو إلا تأكيد واضح من أجل إبراز الرأي العام كسلطة وقوة عليا عندهم.

- الإسلام والشورى والرأي العام:

أما في العصر الإسلامي فقد كانت ظاهرة الرأي العام واضحة عندما أسس الرسول صلى الله عليه وسلم دعائم الحرية في المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفعالية، وخاصة مع تشكيل أول دولة إسلامية في صورة متكاملة، مما يؤكد أن الإسلام يعطي أهمية كبيرة للرأي العام.

فالإسلام كفل لكل مسلم أن يقول رأيه بصراحة، ويبيدي وجهة نظره دون خوف من شيء، فليس في الإسلام قيد على حرية ولا إجبار على السكوت.¹

وهكذا أخذ الإسلام بنظام الشورى التي هي أقوى صور الرأي العام، وعند ممارسة الشورى يتوجب استعراض كل الآراء ومناقشتها على أوسع نطاق بكل صراحة وموضوعية.

فليس بالأمر الغريب أن نجد الإسلام يولي أهمية كبيرة للرأي العام وسوف نتطرق لذلك كما يلي:

¹ كامل خورشيد: مرجع سابق، ص 27.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

1. الكشف عن المقومات الموضوعية للرأي العام:

حث الرسول صلى الله عليه وسلم الإنسان على الاهتمام بمشاكل المجتمع والمشاركة في تكوين الآراء بخصوص المسائل التي تهم الجماعة.

2. تشجيع الفرد على تقديم رأيه:

أقر الإسلام بحق الإنسان في الإفصاح عن رأيه والجهر بالحق وإن كان مر.

3. فاعلية الرأي العام في المنظومة الإسلامية:

لم يكتفي الإسلام بتشجيع المسلم على إبداء الرأي وصيانة حريته في ذلك ولكنه إضافة إلى ذلك أوجد للرأي العام دور يتجاوز مجرد التعبير القولي إلى السلوك الفعلي، فقد اعتبر الإسلام رأي الجماعة أو ما يسمى بالرأي العام بالتعبير المعاصر وسيلة من وسائل محاربة الآفات الاجتماعية يفعل مالا تفعله القوانين بل وجعله العين التي تسهر على تنفيذ القوانين واحترام القواعد الاجتماعية.¹

قال تعالى " كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله " سورة

آل عمران.²

4. تحريم خداع الرأي العام وتشكيله على أسس غير مسلمة:

لما كان للرأي العام في الإسلام هذ الدور وهذه الأهمية الكبيرة، فإن الإسلام حارب كل من يحاول

خداع الرأي العام وغشه لأن في ذلك إهدار للطاقات وتضييع للمصالح العليا.

¹ مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق الذكر، ص 17 ص 18.

² سورة آل عمران: الآية 110.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

- الرأي العام في العصور الوسطى:

وإذا كان العالم في العصور الوسطى لم يعرف مصطلح الرأي العام فإنه كان يتداول تعابير ومصطلحات أخرى تدل على وجود ظاهرة الرأي العام من قبل نجد: صوت الشعب، الرأي السائد، عامة الناس، إرادة الشعب، آراء الرعية، فكر الجماعة... إلخ.

فنجد أن كل من المفكرين السياسيين أفلاطون وأرسطو لم يستخدموا تعبير الرأي العام بنفس المعنى الذي نستخدمه الآن، إلا أنهم كثيرا ما كانوا يتحدثون عن الرأي الجماهيري Mass Opinion وأهميته في الحياة العامة.

ونشأت فكرة الرأي العام على أساس مفهوم الديمقراطية وإسناد السلطة على رغبة الرعايا، وقد أدى الرأي العام دور كبير في نشر الديمقراطية في اليونان قديما وفي الصراعات التي دارت في قارة أمريكا اللاتينية. ويرى الكثير من الباحثين أن الراي العام في القرون الوسطى كان سلبيا، ولعل ذلك يعود إلى سيطرة الحكام والكنيسة في أوروبا فقد عرف العالم المسيحي عبارة قريبة للرأي العام وهي الاتفاق العام Consensus وهي مبنية على مفهوم الشعور الجمعي Commanis Sensus التي كان يستخدمها البابا.¹

- الرأي العام في العصر الحديث:

يعتبر ميكافيلي Mikavelly أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته، ونجد شكسبير Shekes Peer عبر عن الرأي بلسان هنري الرابع Henry حيث ساعد في الوصول إلى

¹ مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص 19.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

الحكم، كذلك عملت النزاعات والحروب على ظهور عبارة الرأي السائد، ولم يستخدم تعبير الرأي العام إبان الثورة الفرنسية كثمرة كفاح طويل من أجل الحرية.¹

عقب القرن الخامس عشر وعصر النهضة اخترع جوتنبرج آلة الطباعة وانتشرت الفلسفة والعلوم وبدأ الباحثون يهتمون بدراسة العلوم الإنسانية والسلوكية وشملت أوروبا حركة فكرية قوية وشاملة في مختلف المجالات، وظهرت الدولة القومية وأتيح للعامة قدر أكبر من المعرفة والإلمام بالقراءة والكتابة وظهرت الصحف، مما أتاح للكلمة المكتوبة دور أكبر في التأثير في الرأي العام... والذي تعمق بالتطورات التي أدخلت على آلات الطباعة كما تقدمت وسائل المواصلات تطور كبير.²

وأصبح الرأي العام الآن قوة كبيرة في مجتمعنا الدولي وذلك نتيجة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية لهذا المجتمع وللتقدم الرهيب في مجالات تكنولوجيا الاتصال والعلوم والمعلومات.

¹ نضال فلاح الضلاعين، ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام والرأي العام، دار الإعصار العلمي، القاهرة، مصر، ط1، 2015، ص33.

² محمد منير: مرجع سبق ذكره، ص25.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

ثانيا: أنواع الرأي العام.

ويقسم الرأي العام إلى عدة أنواع متعددة طبقا للعديد من المعايير التي تعتمد على التصنيف مع ملاحظة تشابه وتكرار الأنواع طبقا لأسس التقسيم:

1- تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

نجد الرأي العام الكامن والرأي العام الظاهر.

- الرأي العام الكامن: يحدث أن يتكون رأي عام كامن وغير ظاهر لأسباب سياسية أو اجتماعية وقد يظهر في شكل همسات أو نبرات خافتة لا تلبث أن تنفجر وتتحوّل إلى ثورة عارمة في حالات كثيرة.

- الرأي العام الظاهر: فتشترك فيه أجهزة الإعلام والمنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية في التعبير عنه ويمارس تأثير على سلوك الأفراد والجماعات العامة للدولة.¹

- الرأي العام الدائم: هو الرأي المستمر الذي ساد وبقي مادام الحدث الذي أفرزه لازال قائما وأن أسبابه لازالت قائمة.

- الرأي العام المؤقت: هو الرأي الذي ينتهي بانتهاء الحدث الذي أفرزه.²

¹ كامل خورشيد: مرجع سبق ذكره، ص 76.

² عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص 258.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

تقسيم الرأي العام من حيث الوجود:

نجد رأي عام فعلي ورأي عام غير موجود.

- رأي عام فعلي:

هو الرأي العام الذي أصبح موجود نتيجة حدوث أحداث معينة تشغل اهتمام الجمهور ويترتب على ذلك تكوين الجمهور رأياً نحو هذه الأحداث.

- رأي عام غير موجود:

لكنه متوقع، يطلق على الرأي العام المتوقع وجوده حينما تثار قضية ما أو حينما يقع حدث معين، فحينما يحدث هذا الحدث في المستقبل يتكون حوله رأياً وهذا يعني أن الرأي العام ليس موجوداً في الوقت الحالي ولكن من المتوقع نشأته في المستقبل.¹

2- تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية:

- رأي عام سلبي:

وهنا ينظر الباحثون إلى الرأي العام حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة، ويرتكز هذا التقسيم على افتراض وجود قطاع من الجمهور سلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسحاق وراءها.

¹ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 35.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

- رأي عام إيجابي:

وجود قطاع آخر يمثله عادة المثقفون وقادة الرأي الذين يملكون خلفية فكرية ويستطيعون فهم حقائق الأمور وتفسيرها ولا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم الذين يؤثرون فيها بأفكارهم.²

3- تقسيم الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر

يقسم مجموعة من الباحثين الرأي العام إلى ثلاثة أنواع حسب تأثيرها في المجتمع ومدى تأثر المجتمع

بها.

- الرأي العام القائد المسيطر:

يمثل هذا الرأي في رأي صفوة المجتمع ونخبته التي تمثل قادة الرأي والمفكرين، إذ يمتلكون قوة كبيرة في التأثير في غيرهم من خلال كونهم قادة رأي في المجتمع، حيث أن نسبة هذه الفئة ضئيلة في المجتمع.

- الرأي العام القارئ أو المثقف:

يمثل هذا الرأي نسبة لا بأس بها في المجتمع ويتمثلون في مثقفي المجتمع وتمثل صفوة المجتمع ونجد أن حجم هذا النوع يختلف حسب الدرجة التعليمية والثقافية التي يتمتع بها.

- الرأي العام المنساق أو المنقاد:

هو رأي فئة من المجتمع الذي يتمتعون بمستوى تعليمي وثقافي محدود، كما قد يضم هذا النوع الأميين وغير القادرين على متابعة الأحداث أو محاولة متابعتها لحظة بلحظة، وتتأثر هذه الفئة تأثراً عميقاً

² كامل خورشيد مراد: مرجع سابق، ص 76.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

بوسائل الإعلام، وتتقبل بسهولة ما تنشره أو تبثه وسائل الإعلام، كما تتأثر هذه الفئة بالفئتين السابقتين وتناسق وراءهما.¹

4- تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي.

يقسم إلى أربعة أنواع وهي:

- الرأي العام المحلي:

هو الرأي العام السائد في رقعة ضيقة أو صغيرة أو نطاق محلي إذ هو الرأي المعبر عن مستوى إقليمي، أي داخل الإقليم وفي نطاق مصالح هذا الإقليم.

- الرأي العام الوطني أو القومي:

هو الرأي العام الذي يرتبط بالدولة أو الوطن أو النطاق القومي ويتميز بخصائص أهمها:

• التجانس:

رغم مختلف الخلافات والنزاعات الداخلية داخل الدولة والتي قد تصل للصراع، ولكن يبقى الرأي العام الوطني يملك خلفية من تراث وتقاليد.

• إمكانية التنبؤ به وبأبعاده:

عن طريق الدراسات المسحية الاستطلاعية التي تقوم بها مراكز ووحدات بحوث الرأي العام.

¹ عاطف عدلي العبد: مرجع سابق، ص 21، ص 22.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

• معالجة المشاكل القومية:

على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعني الرأي العام بالدرجة الأولى.

- الرأي العام الإقليمي:

هو الرأي العام السائد بين مجموعة من المجتمعات والشعوب المتجاورة جغرافياً أو ترتبط دينياً، لغوياً، تاريخياً، أو حتى تتشابه في الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

- الرأي العام الدولي أو العالمي:

يقصد به رأي الشعوب وليس الحكومات، وينشأ هذا النوع من الرأي نتيجة ظهور قضايا مثل: الحروب والكوارث، قضايا حقوق الإنسان.¹

ثالثاً: خصائص الرأي العام:

عند الحديث عن الرأي العام وخصائصه، فإننا نتناول خصائص وأفكار الناس وسلوكياتهم واتجاهاتهم، لأنّ الرأي العام يعتبر مرآة تعكس اتجاه وسلوك أفراد نابعة من معتقداتهم، وهناك عدة خصائص للرأي العام نذكرها كالآتي:

الخصائص العامة:

يتفق عدد كبير من الباحثين بشأن عدد من الملاحظات الأساسية عند تحديد خصائص الرأي العام، من أهمها:

- إنّ الرأي العام يمثل ظاهرة معنوية ويجب الاعتراف به وبدوره وتأثيره في المجتمع.

¹ مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، المرجع السابق، ص 70 ص 71.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

- يأخذ الرأي العام شكل عملية متتالية المراحل تتضمن التفاعلات المختلفة وملاسات تكوين الرأي والتعبير عنه، وهذه العملية بمراحلها المتتالية تتم في إطار المجتمع بظروفه المختلفة.
 - للرأي العام تأثير كبير على صناعة القرار، وهو ما يعطيه أهمية ومغزى حقيقي.
- ولهذا فإنّ دراسة الرأي العام دون تتبع مسار تأثيراته على الحياة السياسية تعد مبتورة أو ناقصة تفتقر إلى مقومات الاكتمال والفهم الصحيح.

خصائص في ضوء مناخ تكوين هذا الرأي:

- أنّ الرأي العام يتسم بالعمق أي مدى رسوخ الرأي لدى الفرد وما يمثله هذا الرأي من قيم ومشاعر لديه.
- المضمون: لتحديد مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقية للموضوعات والقضايا المثارة.
- الاتجاه: بمعنى تحديد درجة موافقة الفرد أو معارضته أو إعلان موقفه بشأن أحد الحلول البديلة المتاحة لحل المسألة.

خصائص تتعلق بسلوكيات الرأي العام:

- أنّ الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للحوادث الهامة.
- أنّ الرأي العام بصفة عامة لا يتوقع الحوادث الطارئة مقدما ولكنّه يستجيب لها فقط من خلال رد الفعل.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

- أنّ الرأي العام يتأثر بالأحداث أكثر من تأثره بالأقوال إلا إذا لم تفسر هذه الأقوال على أنّها أحداث.¹

ونجد كذلك كثير من دارسي ظاهرة الرأي العام وضع خصائص شاملة للظاهرة من واقع دراستهم لها. فيما يلي بعض من هذه الخصائص.

1- الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة.

يمكن القول أنّ الرأي العام يختلف في درجة ثباته واستمراريته، فالبعض يشكل رأي بناء على معلومات قليلة جدا، بينما الآخر يبني آراءه على معلومات وافرة، ومن هنا فأراءه تكون أكثر رسوخا وأقل قابلية للتغيير.

2- الرأي العام سهل التبلور.

بالنسبة للأهداف التي تتطلع إليها الجماهير إلا أنّ الوسائل المقترحة أو المطروحة لإنجاز تلك الأهداف عادة ما تثير جدلا وخلافا وبالتالي ليس من السهل تبلور رأي عام حولها.

3- الرأي العام ظاهرة متغيرة.

تمثل الانتقال من حالة إلى حالة، فالجماهير عادة ما تكون شديدة الحساسية خصوصا بالنسبة للأحداث الهامة، وبالتالي فأروها تكون متذبذبة تجاه الأحداث الجسيمة وخصوصا تلك التي تمس مصالحها بطريقة مباشرة، ولذلك يمكن القول أنّ الرأي العام يبقى ساكن حتى ظهور مشكلة تهدد مصالح الجماعة يترتب عليها ظهور الرأي العام بوضوح.¹

¹ مد منير حجاب: مرجع سابق ذكره، ص 58، ص 69.

¹ طفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 28.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

رابعاً: أهمية الرأي العام:

تسعى الكثير من الدول في العالم كبيرة كانت أو صغيرة إلى محاولة التعرف على الرأي العام واتجاهاته، ولذلك فقط عملت على إقامة مراكز وأبحاث لمعرفة آراء الجماهير اتجاه القضايا التي تهمها.

ومن الملاحظ أنّ السبب الرئيسي لنجاح الحكومات والسياسات التي تعتمدها يرجع إلى حرصها واعتمادها على الأخذ بعين الاعتبار للرأي العام ودراسته من أجل زيادة مؤيديها خاصة في دول العالم الغربي عكس دول العالم العربي التي لا تضع أهمية لرأي الجمهور فإنّها تفشل فشلاً ذريعاً.

ويمكن تقسيم أهمية الرأي العام حسب المجال الذي يؤثر فيه كالتالي:

1- أهمية الرأي العام حسب الموقع:¹

محلي:

حيث يشكل أهمية في أي قضية وطنية داخل الدولة تكون لها الأغلبية في ذلك.

إقليمي:

ويتكون من مجموعة من الدول، على سبيل المثال يبرز أهمية الرأي العام في الجزيرة العربية حول أي

موضوع أو مشكلة تتعلق بالمنطقة مثل قضية ليبيا.

¹ ير عبد اللطيف: الرأي العام وطرق قياسه: مرجع سبق ذكره، ص 49.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

دولي عالمي:

فهو يسود جميع الشعوب في العالم حول القضايا التي يحتد الجدل فيها وتمس مصالح الشعوب، ويلعب دوره في القضايا المعاصرة كالقضية الفلسطينية التي مازالت تؤرق الجميع لما فيها من ظلم وقهر وسلب حرية الآخرين.

2- أهمية الرأي العام في ظل المناخ السياسي داخل الدولة.

دائماً ما نجد أنّ الأوضاع السياسية القائمة داخل دولة تؤثر وبشكل كبير في إعطاء أهمية للرأي العام، وهذا التأثير يكون على حسب نظام كل دولة، فمثلاً إذا كان نظام ديكتاتوري واستبدادي وظالم يمنع فيه مناقشة القضايا والمشكلات الأساسية داخل المجتمع، يؤدي ذلك مع مرور الوقت إلى تكوين رأي عام كامن يؤدي إلى عدم الاستقرار السياسي وخوف لدى الشعب.

3- أهمية الرأي العام في الجانب الإعلامي.

نجد أنّ للرأي العام دوره ومكانته في ظل التطور الإعلامي، حيث يعد الإعلام هو الأصل، بينما الرأي العام الفرع، فالإعلام لا يستطيع الوصول للجمهور إلاّ عن طريق الرأي العام، لأنّ الإعلام يرتكز على الرأي في مختلف القضايا التي تحتاج إلى استطلاعات، وذلك من أجل قياس الرأي حول هذه القضية ثم تسليم النتائج إلى الإعلام بعد الدراسة الميدانية لها.

4- أهمية الرأي العام في جانب العادات والتقاليد والقيم المتوارثة.

تتقبل عادة الشعوب معتقداتها المتوارثة كبداهيات وقيم لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي فيها، ولقيم والعادات تأثير كبير في تكوين الرأي العام، لأنّ الجمهور في كثير من الحالات يستلهم من هذه القيم والعادات تكوين رأيه حول قضية مطروحة للنقاش حول جانب من هذه الجوانب الموروثة، ومن هنا تبرز أهمية الرأي

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

العام في هذا الاتجاه، وخاصة عند الشعوب ذات التاريخ العريق والتي تحترم تقاليدھا وقيّمھا وتنتمي إلى موروث ثقافي واجتماعي وغالبا ما تكون تلك العادات والتقاليد صعبة التغيير.¹

خامسا: وظائف الرأي العام:

الرأي العام كظاهرة اجتماعية يحقق العديد من الوظائف الهامة داخل المجتمع، حيث يعمل على تدعيم القيم الأخلاقية للمجتمع، ويرفض الخروج عنها، ويرفض أية محاولة لانتهاكها بأية وسيلة من الوسائل.

ويمكن استظهار وظائف الرأي العام على النحو التالي:

1- رعاية المثل الاجتماعية.¹

يساهم الرأي العام في رعاية المثل الإنسانية والقيم الاجتماعية، ويقف ضد من يحاول الخروج عنها وعا يسيء إليها، وتشاركه في هذا الصدد القوة التي تصنع الحق وتعمل على تحقيقه، والعادات والتقاليد التي سار عليها الشعب على مر الأجيال.

2- الضبط الاجتماعي.

يعتبر الرأي العام بمثابة قوة كبيرة تصدر حكمها الفوري على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية أو التقاليد أو القانون، ويعمل على مساندة الحكومات والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية، وتسعى هذه الهيئات لكسب الرأي العام.

¹ مد الحوتي: الرأي العام والدعاية النفسية، دار الكلمة، صنعاء، اليمن، ط1، 1998، ص 49.

¹ طفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 40.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

3- الوظيفة السياسية للرأي العام.

يؤثر الرأي العام في اتخاذ القرارات السياسية وينوب ممثلي الشعب عن ناخبهم أو ممثلهم مما يكوّنون رأي شعبي يحدد الموافقة أو الرفض للكثير من القرارات والآراء المطروحة.

4- الوظيفة الاقتصادية.

تسعى المؤسسات الإنتاجية والصناعية لاستمالة الرأي العام بشتى الطرق المتاحة لترويج بضاعة ما، أو الوقوف على آراء الجمهور من سلعة أو خدمة ما، وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره ومدى قوته في تحريك عجلة الاقتصاد.¹

5- التكيف الاجتماعي.

يقوم الشخص من خلال اعتناق وجهات نظر محددة بالتوحد أو بالابتعاد عن المجموعات المرجعية المختلفة من بين السكان، ويمكن تحقيق ذلك بأن يقوم الفرد بتطوير الآراء كتعبير عن حاجته، ليكون مستقلا عن الآخرين، أو أن يقوم أحيانا باعتناق آراء عدائية تجاه الآخرين.¹

6- الوظيفة السياسية للرأي العام.

يؤثر الرأي العام على اتخاذ القرارات السياسية وينيب ممثلو الشعب عن ناخبهم مما يكوّنون رأيا شعبيا يحدد الموافقة أو الرفض لكثير من القرارات المطروحة.

¹ هر حسن أبو زيد: مرجع سابق ذكره، ص 52، ص 53.

¹ لح خليل أبو إصبع: الدعاية والرأي العام مفاهيم وتطبيقات، مرجع سابق ذكره، ص 89.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

7- التعبئة الاجتماعية الجماهيرية.

وهي عبارة عن إثارة وتهيئة لتقبل تغيير ما أو تهيئته لإصدار قانون ما أو تعديله، وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير، أو عدم حشد الرأي العام لكسب التأييد يمكن أن يؤدي إلى نتائج غير مرضية بصانع القرار ويمكن أن يولد ذلك السخط والاستياء الشعبي والرفض الجماهيري مما يضعف من الثقة المتبادلة بين الإدارة العامة والجمهور.¹

8- إنكفاء الروح المعنوية.

ودفعها نحو القضايا المهمة وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتزمة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط أمن اقتصاديا وصحيا ونفسيا يعطر جوّه الاجتماعي.²

9- العوامل الفيزيولوجية والوظيفية.

تشكل هذه العوامل أهمية بالغة في تكوين السمات العقلية الجسمانية للأفراد أيضا نوعية تحليلهم وتقبلهم للقضايا والمشكلات المرضية التي يواجهونها فرديا أو جماعيا.³

التفسيرات الحديثة:

التي ترى أن الزعامة تنشأ بفعل موقف وتسمى "زعامة الموقف" أو بفعل ظروف موضوعية تلائم العصر تسمى "الزعامة الموضوعية" أو تنشأ بفعل ظروف وقدرات ذاتية خارقة لدى الأفراد تسمى "الزعامة الملهمة" وفي كل الأحوال ومهما اختلفت أنواع الزعامات وتسميتها تظل مختلف الجماعات متأثرة بآراء وممارسات الزعامات القادرة فيها، الأمر الذي يجعل الزعماء في الماضي والحاضر وكذلك في المستقبل عاملا

¹ مل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام: مرجع سبق ذكره، ص 107.

² اد كامل: مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص 107، مرجع سبق ذكره.

³ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 147.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

مؤثرا في تكوين الرأي العام حيث يلعب الزعيم دورا مهما في حياة الناس وتكوين آراءهم خاصة في الدول النامية فالزعيم عندهم يجسد الملامح الأساسية لمواطنيه بحيث يتعرف هؤلاء على أنفسهم في الحياة السياسية عبر شخصيته، فالزعيم في هذه الدول مازال يشكل إحدى العوامل الأساسية في تكوين الرأي العام وخير مثال على ذلك الزعيم الراحل جمال عبد الناصر الذي يعتبر مثالا للتأثير القوي لهذا الرجل على الرأي العام ليس المصري فقط بل العربي ككل.

ثالثا: عامل الاتصال ووسائل الاتصال.

بلا شك أن للاتصال ووسائله أهداف تتمثل في التأثير والعمل على تغيير مواقف وآراء الناس حول ما يخدم مصالح وأهداف الخط السياسي الفكري الذي تتبناه، إن تأثير الوسائل الإعلامية في الرأي العام من الأمور البديهية، لأن الفرد متعلما كان أو أميا لا بد أن يقرأ جريدة أو يسمع الراديو أو يشاهد التلفاز، والتطور الهائل في وسائل الاتصال أدى إلى خلق نوع من العلاقة المتبادلة والمتفاعلة مع النظام السياسي المعبر عنه بالحكومة، فأجهزة الاتصال تشكل في أغلب النظم قنوات اتصال بين الحكومة وبين الرأي العام لعرض سياستها ومشاريعها، وهي بذلك تدفع المواطن من حيث لا يدري إلى تكوين رأي عام يصب في الأهداف التي تطمح إلى تنفيذها لذلك تسعى مختلف النظم السياسية على فرض سيطرتها ومراقبتها على أغلب الوسائل الاتصالية.

وخلاصة ما نصل إليه هو أن الاتصال وخاصة في عالم اليوم يبقى عاملا مؤثرا في تكوين الرأي

العام.¹

¹ صالح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص 1831.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

سادسا: عوامل تكوين الرأي العام:

أولاً: عامل الثقافة المجتمعية:

ونقصد بالثقافة المجتمعية التقاليد والقيم والعادات والأفكار والخبرات، وهي جميعاً منظومة الثقافة لكل مجتمع، وهذه المنظومة بدورها سوف تستحضر حين تواجه جماعة معينة على المستوى المحلي أو الوطني أو العالمي قضية ما لكي تنتج أو تعيد إنتاج وتشكيل الرأي العام بصددتها.

وهذا الاستحضار يعد عاملاً مؤثراً على وجود الرأي العام أو عدمه، وكذلك في تحديد مساراته واتجاهاته ومدى انتشاره وشدته، عليه نلتمس اهتمام كبير من قبل المعنيين الرسميين وغير الرسميين أصحاب العلاقة بالرأي العام بهذا العام، فالملاحظ أن كل النظم السياسية والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية تأخذ بعين الاعتبار منظومة الثقافة المجتمعية حين تقوم باتخاذ إجراء أو قرار أو نشاط.

وخلاصة القول ان للثقافة المجتمعية دور في تشكل أهم العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام، فمن غير الممكن إهمال هذا العامل عند الحديث عن تكوين الرأي العام بالصيغة التي تتضمن وجود الرأي العام واتجاهاته ومدى انتشاره.¹

ثانياً: عامل الزعماء في المجتمع:

ونقصد بذلك أن الزعيم التقليدي والحديث في كل المجتمعات يلعب دوراً مهماً في تكوين الرأي العام وفي تغييره وانتشاره ومن خلال حديثنا عن الزعماء يقودنا هذا للحديث عن التفسيرات الخاصة بالزعماء التي يطلق عليها البعض مصطلح "نظريات" نشوء الزعماء، وتتنوع كل التفسيرات في هذا الشأن من مجموعتين هما:

¹ عامر حسن: مرجع سابق، ص 15.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

1. التفسيرات التقليدية:

والتي ترى أن نشوء الزعماء يعتمد على معايير قديمة مثل معيار القوة والحكمة والسن.¹

¹ زهير عبد اللطيف: الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سبق ذكره، ص 133.

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام

خلاصة:

من خلال تطرقنا للرأي العام في هذا الفصل من حيث تطوره وأنواعه وخصائصه ووظائفه نستخلص أن للرأي العام دور داخل المجتمع وأهمية كبيرة لدى الأفراد أي أنه لا يمكن اعتبار أنه هناك رأي عام بدون وجود قضية معينة تثير الجدل وتستحوذ على عقول الأفراد لهذا أصبح للرأي العام أهمية بالغة في عالمنا المعاصر وصار ركن أساسي تقوم عليه المجتمعات.

الفصل الرابع: علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالرأي العام في الجزائر
تمهيد.

أولاً: تأثير وسائل الإعلام وعلاقته بتشكيل الرأي العام.

1- عوامل تأثير الإعلام على الرأي العام.

أ- أنواع الاتصال.

ب- أنواع القضايا.

ت- أنواع الناس.

ث- أنواع التأثيرات.

ج- أنواع الظروف المحيطة.

2- وسائل الإعلام وعلاقتها بالرأي العام.

أ- الإذاعة (الراديو) والرأي العام.

ب- التلفزيون والرأي العام.

ت- الصحافة والرأي العام.

3- أنواع تأثير وسائل الإعلام.

ثانياً: تأثير وسائل الاتصال وعلاقته بتشكيل الرأي العام.

1- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام.

خلاصة.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

تمهيد:

كان وما زال لوسائل الإعلام والاتصال أهمية كبيرة ففي العصور القديمة استخدمت هذه الوسيلة بشكل واسع، وفي هذا العصر أصبحت تسيطر سيطرة كبيرة على مختلف مجالات الحياة، فقد أصبحت هذه الوسائل بمثابة سلعة يتم من خلالها بالترويج لمختلف السلع والأخبار المتداولة في مختلف أنحاء العام وتصدير التكنولوجيا الغربية إلى العالم.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

أولاً: مدخل إلى وسائل الإعلام

1- مراحل تطور وسائل الإعلام.

تطور العالم واختلف اختلافا كبيرا مقارنة بما كان عليه سابقا، وكان هذا التطور نتيجة لعدة ثورات منها ثورة تطور وسائل الإعلام والاتصال، حيث تطورت وسائل الإعلام عبر فترات زمنية متلاحقة وبزمن ليس بالقصير، وكانت بداية انطلاقها في بداية منتصف القرن العشرين، مما أثر بشكل كبير في تأسيس وإنشاء قنوات فضائية بمختلف الأغراض والأهداف والأدوات، بحيث شملت مختلف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية.¹

يمكن أن نقول إن الإعلام بدأ في الظهور مع بداية البشرية وذلك منذ بدأ أول حوار بشري بين شخصين آدم وحواء تكونت أول عملية إعلامية اتصالية بين طرفين إما لنقل المعلومات أو نقل الأفكار .

وقد ربط بعض الباحثين أن تطور البشر من خلال تطور وسائل وأدوات الإعلام من خلال التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الإعلام من خلال التفسير الإعلامي للتاريخ بمعنى أن تطور وسائل الإعلام هو العامل الرئيسي لإحداث التطور الاجتماعي للبشرية، كما أنه يوجد في التفسير المادي والتفسير السيكولوجي للتاريخ فهناك أيضا التفسير الإعلامي للتاريخ، وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي تبعا لتطور راحل تطور الإعلام، فهناك المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق) ثم تأتي المرحلة الخطية (النقش والرسم) على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوجة على الجلود

¹ يصرف حاج: تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي برنامج المصالحة الوطنية - كنموذج - مذكرة تخرج لنيل درجة ماجستير، دراسة غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2006/2007، ص 18.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

أو على الورق ثم مرحلة الطباعة (الصحف) وأخيرا المرحلة الإلكترونية (الراديو والتلفزيون واستخدام الكمبيوتر والأقمار الصناعية في الإعلام وظهور وسائل الاتصال الحديثة).¹

ولقد كانت نشأة الصحافة في غرب أوروبا في نهاية القرن 16 وبداية القرن 17 صحافة خبرية تقتصر على نشر الأخبار دون التعليق عليها أو تحليلها، وقد لبث الصحف الخبرية حاجات الطبقات البرجوازية أي أخبار المال والتجارة وتغيرات السوق في ذلك الوقت، ولقد ساعد إنشاء الخدمات البريدية على سرعة وصول الصحف إلى الجمهور، ومنه تطور الإعلام عبر العصور والزمان من كونه وسيلة "اتصالية" تعتمد على تبادل المعلومات ونقلها للأخبار وقد أصبحت قوى مؤثرة في حياة الشعوب والأمم وسرعان ما تغيرت وظائف الصحافة وتحولت من صحافة تقوم بالأخبار ونقل المعلومات إلى صحافة تساهم في إبداء الرأي والتحليل والتعليق على ما تنشره هذه الصحف.²

ولم يقف العقل البشري عند هذا الحد فيما توصل العلم إليه فتم اختراع الراديو الذي كان ما يزال وسيلة مهمة من وسائل الإعلام والاتصال.

إذ يعود اختراع الراديو إلى عدة محاولات وتجارب لكن يعود الفضل في اختراع هذه الوسيلة إلى الفيزيائي العالمي Marcont Guolilio الحائز على جائزة نوبل سنة 1909 الذي تمكن من استخدام هذه الوسائل اللاسلكية بواسطة موجات مركزية، ثم عمل على تطوير هذه الوسيلة باحثين آخرين على رأسهم فسندن Fessenden الذي بث عام 1906 ولأول مرة الصوت الإنساني عبر الإذاعة، إضافة إلى القطع الموسيقية، ثم جاء بعده فوسه Foste باستخدام برج إيفل في باريس عام 1908 للإرسال الإذاعي.

¹ تاريخ وسائل الإعلام: <http://sic-mosta.owno.com/t68-top>، 20/01/2020، 11:00.

² صالح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري، دار الشروق، الأردن، عمان، ط1، 1999، ص 29.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

وانتشرت الإذاعة في جميع بقاع أو أصقاع العالم التي سارعت الدول إلى إنشاءها بعد أن تيقنت إلى دورها وأهميتها الكبيرة بعد الدور المحوري الذي لعبته أثناء الحرب العالمية 1 و2 وبالأخص الإذاعات الموجهة ومنه أصبح الراديو منافسا للصحافة وعمل على النهوض بها ولم يعمل على القضاء عليها.¹

وفي منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها مما ساهم في ظهور اختراع خطير في ذلك الوقت ألا وهو "التلفزيون" والذي أدى بشكل مباشر إلى تغيير الكثير من المفاهيم والأسس الاجتماعية في حياتنا أكثر من وسائل الإعلام المختلفة الأخرى، وظل العالم مسحورا ومسجونا في هذه الشاشة المرئية ولايزال تطور التلفزيون وتعدد أغراضه، ومع ثورة الأقمار الاصطناعية انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات وقنوات فضائية يتابعها ملايين البشر وتنتقل الأخبار والأحداث أولا بأول.

ولعل أبرز مظاهر ثورة الاتصال تتمثل في انتشار الإنترنت إذ استطاع بواسطتها أن يلغي المسافات ويطلع على ما يجري في العالم، وأصبح للإعلام تكنولوجيا خاصة به سميت "بتكنولوجيا الإعلام" التي نتجت عن التقاء الثورات الثلاثة ثورة المعلومات، ثورة تكنولوجيا المعلومات وثورة تكنولوجيا الاتصال والاستفادة منها في العمل الإعلامي من حيث سرعة نقل الرسالة الإعلامية وأنيته.

والآن أصبح الإعلام متعدد الوسائط Multimedia هو عنوان الثورة الإعلامية التي نشهدها في العصر الحالي، حيث بدأ التكنولوجيا الإعلامية التي أحدثت نقلة سريعة في مفهوم وأهمية الإعلام، وغيرت من نمط أدواته المستخدمة حتى صار الإعلام اليوم جزءا مهما لا يتجزأ من نشاطاتنا اليومية وأصبحت تتفنن في نقل الأخبار والمعلومات ومتابعتها.

¹ محمد المصيرفي: الإعلام، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2009، ص 05.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

2- أنواع وسائل الإعلام.

تختلف وسائل الإعلام اليوم باختلاف الوسائل وتعدد أنواعها وقد شملت هذه الوسائل الأنواع التالية:

- 1- المطبوعة (تشمل الصحف والكتب والدوريات والنشرات والمجلات).
- 2- السمعية (الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة والتي تقوم على عنصر الصوت وحده).
- 3- السمعية البصرية (السينما، التلفاز والمسرح).
- 4- ملتي ميديا وتشمل الإنترنت التي تجمع المكتوبة والمسموعة والمرئية.

1. وسائل الإعلام المطبوعة (المكتوبة):

تحمل هذه الوسائل مزايا تتمثل في إمكانية حفظها ونقلها بسهولة ودون عناء، فهي توفر للقارئ فرصة لإمكانية التحكم في عمليات التعرض للرسالة، إذ يمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقرأه ويمكنه أن يعيد قراءة فقرة منه متى يشاء، وهنا في هذا النوع يستخدم المتلقي حاسة واحدة هي حاسة البصر، أما جمهورها فهو غير معروف للمتصل وهو جمهور متنثر.

وقد نجد ان الرسائل تكون غير متخصصة كما هو الحال في الجرائد والمجلات العامة، وقد تكون متخصصة كما في الصحافة المتخصصة والكتب، أما فيما يخص تمويل هذا النوع من الوسائل يكون إما من طرف الحكومة أو من طرف مؤسسات كبيرة، أو يقوم أفراد بالتمويل.¹

ومنذ ظهورها والصحافة تركز على توظيف الرموز اللغوية والرسومات والصور والورق والأخبار، فالرسائل هنا تعتمد على الصياغات اللغوية والتحريرية ومزاجتها بالصور والرسومات للإيضاح، فلا يمكن

¹ تاريخ وسائل الإعلام: <http://press-amuntada.com/t5-topic>، 2019/12/11، 12:00.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

لهذا النوع من الصحافة المكتوبة (المطبوعة) ان تخرج عن نطاق هذه الآلية الإنتاجية خاصة أنها تعتمد على الورق والرسومات اللغوية (الكتابية) التي تستلزم في هذا المقابل إجادة المتلقي لمهارات القراءة في المقام الأول.¹

وإذا كانت الوسائل المطبوعة (المكتوبة) وسيلة متاحة نوع من وسائل الاتصال الجماهيرية فإنه لا يستفيد منها مباشرة إلا المتعلمون والذين يجيدون القراءة، أما الأميون فهم محرومون منها إلا من خلال وجود طرف ثالث تتحول بوجوده القراءة إلى استماع.²

وعلى الرغم من المنافسة القوية والشرسة التي تواجهها الصحافة المكتوبة (المطبوعة) من الوسائل الإعلامية الإلكترونية في المجال الإعلاني، إلا أنها استطاعت وبكل جدارة أن تحافظ على حضورها ومكانتها ولم تتضرر بالشكل الذي تتبأ به الكثيرون مع بداية ظهور التلفزيون والإذاعة المسموعة قبله وهما كله راجع إلى اعتماد الصحافة على آليات عمل جديدة وجماهيرية، واستفادت من الثورة الإلكترونية ووظفتها لصالحها وتبقى الصحافة وسيلة لا تروق للأميين ولا تعمل على إنصاف المتعلمين على الرغم من محاولاتها الكبيرة على تشكيل مضامينها ومحتوياتها للتوافق مع الثقافة الشعبية.³

2. وسائل الإعلام المسموعة:

تمتاز الإذاعة بمخاطبتها لحاسة السمع بالدرجة الأولى وهي وسيلة لا تكلف المتلقي كثيرا إذ أن أجهزة الاستقبال أصبحت في متناول الجميع وبأسعار رخيصة بعد اختراع الترانستور، وتكون بعض رسائلها محفوظة ويمكن الرجوع إليها وتكرارها فنجد الإذاعة تلعب دورا أساسيا كوسيلة للترفيه وخاصة بعد دخول

¹ صالح خليل أبو أصبع: مرجع سابق ص 30.

² عاطف عدلي العبد: مرجع سبق ذكره، ص 30.

³ صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، ط1، 1998، ص23.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

التلفزيون الخط وأصبح منافسا لها، إذ أصبحت برامجها الغنائية والموسيقية تزيد عن 50 % من مجمل برامجها فجمهورها واسع من مختلف المستويات والثقافات.¹

وتتميز الإذاعة بقدرتها الكبيرة على الوصول إلى الجمهور بغض النظر عن الموقع الجغرافي والمعوقات الطبيعية، إضافة إلى ميزة أخرى هي الآنية فالإذاعة تتسم بالسرعة في ملاحقة الأخبار والمعلومات وهو ما يميزها عن باقي الوسائل الأخرى.²

وقد عرف على الإذاعة كذلك أنها وسيلة يتعامل مع الأخبار فيها كعناوين وبشكل مهني مختلف كلية عن الصحافة المكتوبة المعنية بالخبر والمعالجات المطوية في قوالب الرأي العام والتعليق والتقارير، وكثيرا ما حظيت الإذاعة بمتابعة واهتمام كبير للطبقات الشعبية غير المؤهلة علميا بمعرفة ما يدور حولهم داخل مجتمعاتهم، حيث سمعت بخلق نوع من الوعي الاجتماعي لدى الأميين والمعزولين جغرافيا عن المراكز المدنية في المجتمعات.

3. وسائل الإعلام السمعية البصرية:

تشمل كل من التلفزيون والسينما، المسرح وهذا النوع من وسائل الإعلام يمارس نوعا من الفعالية بشكل كبير على جمهور المشاهدين، ويمتلك قدرة تأثيرية أعمق نظرا لاعتماده على السمع والبصر في آن واحد، سواء من خلال جهاز التلفزيون أو الفيديو... إلخ.³

¹ محمد علي القوزي: مرجع سابق، ص 164.

² محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 151.

³ محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 152.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

وتتميز هذه الوسائل أيضا بأنها تخاطب عواطف المشاهدين بالدرجة الأولى وتعمل على تحريك مشاعرهم أكثر مما تحركها وسائل الإعلام الأخرى، وذلك بحكم الصيغة التي تميز برامجها، والتي تتسم بالبساطة أحيانا والسطحية أحيانا أخرى بخلاف الوسائل الأخرى التي يغلب عليها العمق في التفكير.¹

إن وسائل الإعلام المرئية اليوم وخاصة التلفزيون هي وسيلة ترفيه بالدرجة الأولى وبدون منازع في مختلف المجتمعات نظرا للاهتمام المتزايد بعالم الصورة في مجتمعات اليوم، فقد أخذت المحطات التلفزيونية في الاحتفاء بمن يظهرون على الشاشة كن مذيعين حسب معيار الصناعة النجومية، فالمظهر الخارجي والأسلوب يعتبران من المعايير الصارمة لانتقاء شخصيات الإعلاميين التي يفترض أن يكونوا ذو حضور غير عادي، ومنه فيبقى التلفزيون وسلة مرتبطة بالجمهور ومؤكد أن الصورة التي تلعب الدور الأكبر في موثوقية الجمهور في التلفزيون.

4. الإنترنت (ملتي ميديا):

تعتمد التراكمات العلمية والتكنولوجية التي ظهرت في المجتمعات منذ ظهور الهاتف والتلفزيون مروراً بالحاسوب ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية وتطور نظم المعلومات وكيفية الحصول عليها انطلاقاً ساعدت على ظهور شبكة الإنترنت المتطورة التي أخذت الاهتمام الكبير في مجتمعاتنا المعاصرة.

فالإنترنت شبكة دولية للمعلومات تتقاهم باستخدام بروتوكولات تتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها، وتحتوي على العديد من الإمكانيات مثل البري الإلكتروني وإقامة المؤتمرات بالفيديو، بالإضافة إلى الملايين من الأخبار واستخدامها بطريقة شخصية.

¹ محمد علي القوزي: وسائل الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2007، ص 115.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

فبالإضافة إلى اعتبار الإنترنت كونها وسيلة اتصال، فقد أصبحت تعد وسيلة إعلام، إذ تتميز بالسرعة الفائقة بحيث تعم كل جوانب حياتنا اليومية، وتعمل على توسع قدراتنا الفكرية بل وتغير من نمط تفكيرنا.¹

وترتبط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في مختلف المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمي وتتصل بتقنيات متعددة.² مما لا شك فيه أن وجود الإنترنت في حياتنا قد عملت على إحداث تغييرا جذريا في واقع المجتمعات في طريقة الحصول على المعلومات والأخبار وتسهيل حياتنا بتسيير طرق دفع الفواتير والشراء والتجارة الإلكترونية.

3- خصائص وسائل الإعلام.

يمكن تلخيص أبرز خصائص وسائل الإعلام كما يلي:

- وسائل الإعلام تعد مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي تعمل بها، بسبب التفاعل القائم بينها وبين المجتمع.
- لوسائل الإعلام القدرة على تغطية مساحات واسعة، ومخاطبة فئة كبيرة من الناس.
- تسعى وسائل الإعلام إلى جذب أكبر عدد من الناس، من خلال نقطة افتراضية يتجمع من حولها أكبر عدد ممكن من الجماهير.

¹ بن زادي مريم: واقع الإنترنت في المؤسسات الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير علم اجتماع، دراسة غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2008، ص 116 ص 117.

² نغم جاسم: أهمية الإنترنت في حياتنا، <http://www.14october.com/new.aspx?newsnos3055654>، 11/10/2019، 18:30.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

- وسائل الإعلام غالبا ما تكون ذات اتجاه واحد، فقلما يكون هناك طريق سهل أو سريع للقارئ، أو المستمع حتى يرد أو يسأل ما يدور في ذهنه من أسئلة أو يتلقى إيضاحات هو بحاجة إليها.

- وسائل الإعلام تتضمن قسطا كبيرا من الاختيار، حيث تختار الجمهور الذي تخاطبه وترغب في الوصول إليه، فهذا برنامج موجه للطلبة، وهذا موجه للطفل، فكل برنامج موجه لمختلف شرائح المجتمع من جهة أخرى المستقبلين لهذه الوسائل يختارون من البرامج ما يريدون، حيث هم يقررون ما يرغبون في مشاهدته أو دراسته.¹

فإن وسائل الإعلام من أهم انتاجات العقل البشري الذي سخر من اجل التوصل إلى جميع الوسائل التي تيسر حياة البشرية جمعاء، وتتيح لهم أكبر مجال لتحقيق المنافع وتبادل المصالح، وبلوغ درجات أكبر من التطور الذي تفرضه أساليب الحياة الجديدة.

4- أهمية وسائل الإعلام:

تتمتع وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيرية بعامة، بأهمية خاصة في الدول المعنية أو الدول المجاورة، لما لها من تأثير مباشر وفوري على الجمهور في كافة المجالات والميادين.

فالصحف والمجلات هي الوسائل الإعلامية القديمة والجديدة التي يمكن للإنسان ان يعرف من خلالها الأخبار والنشاطات، إلا أنها ومع تطور العصر الحاضر أصبحت تحتل أهمية كبيرة بعد الإعلام المرئي والمسموع، وذلك كونها وسيلة إعلامية مقروءة تنشر الخبر في اليوم التالي على الأغلب إلا أنها تمتاز بميزة لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى.

¹ بصرف حاج: تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، ص 22 ص 23.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

والإعلام الإذاعي (المسموع) له تأثير ووقع على الأذن كون هذا النوع من الإعلام يمكنه الوصول إلى مساحة أوسع ليشمل الدولة التي يتم البث من أراضيها والدول المجاورة، وهذا يرجع إلى طول أو نوع الموجة الإذاعية التي يتم من خلالها، كما إن الخدمة الإذاعية يمكنها الوصول إلى المستمع المفترض بأقصر فترة زمنية محددة بكلفة أقل للفرد.¹

والإعلام المرئي (التلفزيون) سمعي وبصري له قوة تأثير أقوى من كافة وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والإذاعات في عصرنا الحاضر، وخاصة بعد امتداد البث التلفزيوني وشمولة مساحات واسعة من العالم عبر الأقمار الصناعية فيما يعرف بالقنوات الفضائية، فالفضائيات تخترق الحدود الطبيعية والجغرافية دون رقيب سياسي ولا عسكري.

ومن خلال ما سبق فنحن لم نعد بحاجة إلى أن نؤكد على الأهمية البالغة والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر، وذلك بعد أن أصبح النشاط الاتصالي جزءا رئيسيا من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة.

سواء في الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية في جميع المجتمعات سواء النامية أو المتقدمة...، فالإنسان لم يعد يستطيع الحياة دون اتصاله بغيره من البشر، ودون مواكبة ما يحدث حوله، ما يحدث من تطورات وأحداث سواء على الساحة المحلية أو العالمية، فهذه الوسائل أصبحت تفرض نفسها على الأفراد حتى دون سعيهم إليها من أجل أن تقدم له مختلف المستجدات والأحداث، وما زاد مكانة وتضاعف الإعلام ومختلف وسائله المعاصرة هو ما حملته لنا الاكتشافات الحديثة والبحوث المعاصرة معطيات تقنية، ووسائل

¹ عبد الإله بلقزيز وآخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، ط1، بيروت، لبنان، 2013، ص19.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

إلكترونية، لم تكن متاحة للأجيال السابقة، فالوسائل السمعية والبصرية والأقمار الصناعية سمحت للتدفق الإعلامي من أن ينساب بكل تلقائية وسرعة في كل أرجاء العالم.¹

أصبح اليوم من المستحيل أن نتصور العالم دون توفر هذه الوسائل التي تمد الناس بمختلف المعلومات والأفكار أثناء حدوثها ويطلع على القضايا والاكتشافات العلمية، وأصبح الخبر يغزو العالم كله في الوقت نفسه حتى تحول العام إلى قرية إلكترونية.

وظائف وسائل الإعلام:

إن أسباب تعرض الفرد لهذه الوسائل الإعلامية من أجل الترفيه، أو الحصول على المعلومات أو الوظائف التقليدية المتعارف عليها لكن يجمع الخبراء والباحثين على أن تعرض الأفراد لهذه الوسائل الإعلامية لديه أغراض متنوعة يمكن تحديدها كالتالي:

أ- مراقبة البيئة والحصول على المعلومات: حيث يحصل الفرد على كميات كبيرة من المعلومات من خلال وسائل الإعلام سواء كان بوعي وإدراك وحاجة لهذه المعلومات أو بدون وعي لهذه المعلومات، حيث يمكن أن يتعامل الفرد مع هذه المعلومات وفقا لهدفين هما:

- توجيه السلوك: تساعد وسائل الإعلام على توجيه السلوكيات من خلال المعلومات التي يحصل عليها الفرد من هذه الوسائل مثلا ارشاده للسلوك السياسي مثلا الانتخابات ومراقبة أداء الحكومات واختيار الأفلام المعروضة في السينما.

¹ أهمية وسائل الإعلام: <http://ejabat.google.cim/ejabat//hread?tid=7eb9f76pdc4be836>، تم زيارة الموقع 2019/11/13، 17:30.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

• توجيه فهم الأفراد: يحصل الأفراد على المعلومات من وسائل الإعلام المختلفة وقد تكون هذه المعلومات إما صحيحة أو غير حقيقية، إلا أنها تجعل الأفراد أقل قلقا أكثر فهما لما يدور حولهم.

ب-تسهيل التفاعل الاجتماعي: تقوم وسائل الإعلام بتسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات التي يتحدث عنها ويمارسها، وكذلك تقوم بتزويد الأفراد بأرضية مشتركة للتفاعل مع المعلومات التي تأتي من وسائل الإعلام، ويردها الأفراد ويجد بذلك مكانة اجتماعية أفضل من الآخرين.

ت-بديل للتفاعل الاجتماعي: يستخدم بعض الناس وسائل الإعلام كبديل للتفاعل أو إقامة علاقات، حيث أن في كثير من الأحيان ترى تعلق بعض الأفراد بشخصيات مختلفة سياسية أو فنية حيث يتوحدون معها في الآلام والأمال، وهنا تعمل وسائل الإعلام بدون قصد على تدعيم الأفراد الذين يعيشون في عزلة وكبار السن فتصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي.¹

ث-الهروب من الاغتراب والتوتر: من الوظائف غير المنظورة لوسائل الإعلام والتي تختلف عن وظيفة التنفيس عن النفس، وظيفه الاغتراب، حيث يعتقد العديد من الناس أن المجتمع المتمدن الذي تسوده التكنولوجيا يخلق فيه نوع من التوترات وشعور بالاغتراب لدى العديد من الأفراد، وللتخلص من هذا الشعور بالاغتراب لدى العديد من الأفراد تقدم وسائل الإعلام أساليب للهروب، فهي تقدم وظيفه تشبه مفعول الخمر.¹

¹ عزي عبد الرحمان: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1992، ص 11.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص 22.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ثانيا: أساسيات حول وسائل الاتصال.

1- مراحل تطور وسائل الاتصال:¹

خلال القرن التاسع عشر بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية.

فقد أدى التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام، وكذلك التوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود، كما برزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، وبالتالي أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلبى التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي، وقد ظهرت بذلك محاولات عديدة لاستغلال ظاهرة الكهرباء بعد اكتشافها، وظهر العديد من المخترعات الجديدة، ففي عام 1824، اكتشف العالم الإنجليزي "وليم سترجون" الموجات الكهرومغناطيسية، واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف في عام 1937، وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على النقط والشرط، وقد تم مد خطوط التلغراف السلوية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر.

وفي عام 1876، استطاع "جراهام بل" أن يخترع التليفون لنقل الصوت الآدمي إلى مسافات بعيدة مستخدما نفس تكنولوجيا التلغراف، أي سيران التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك.

¹ ي مجلة: مقدمة في وسائل الاتصال <http://but.ly.2vbrgg7.nakrabah.com> تم زيارة الموقع يوم

2020/02/11 على الساعة 15:00

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

وفي عام 1877، اخترع "توماس أديسون" جهاز الفونوغراف، ثم تمكّن العالم الألماني "إيميل برلنجر" في عام 1887 من ابتكار القرص المسطح يستخدم في تسجيل الصوت، وبدأ تسويق آلة الفونوغراف منذ عام 1890 كوسيلة شعبية جذابة لتقديم الموسيقى في الأماكن العامة.

وبعد ذلك تمكن الإيطالي "جو جيليمو ماركوني" من اختراع اللاسلكي في عام 1896، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبيا بدون استخدام الأسلاك، وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919، ثم تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1920.

كذلك بدأت تجارب التليفون في الولايات المتحدة منذ أواخر العشرينات مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب عملية في مجالات الكهرباء، والتصوير الفوتوغرافي والاتصالات السلكية واللاسلكية، وفي أول يوليو 1941، بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة، وفي نهاية عام 1942 بلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية عشر محطات تجارية.

واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين، وخاصة الوسائل الإلكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه.

وشهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاثة ثورات مع بعضها البعض شكّلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية، وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ضخم في المعرفة، وثورة الاتصال وتتجسد في تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، وتتضمن الأعمار الصناعية وأشعة الليزر.¹

1- أنواع وسائل الاتصال:

إنّ وسائل الاتصال وجدت بوجود هذا العالم، ولكنّها مرّت بمراحل عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والكيف والنوع. فقد كانت وسائل الاتصال في العصور القديمة تقتصر على إشعال النار والخبيل هذا إضافة إلى النقش على الأحجار والأشجار.

أ- وسائل الاتصال التقليدية:²

وتتمثل على العموم في وسائل إما مسموعة أو مقروءة، ومن أهم هذه الوسائل القصيدة الشعرية، الخطبة، المناظرة.

أ-1- الشعر:

كانت تعتبر من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها البشر، وأهم وسيلة استخدمها البشر قديماً وبلغوا بها أعلى المراتب سواء بالمدح أو الرثاء أو الهجاء.

فقد كان الشعر الأداة الوحيدة التي يعبر بها عن رأي القبيلة ويشيد بأفعالها، وكان أصحابها ينتقون أنسب الأماكن لإلقائها، مثلاً في الأسواق والحج.

¹ ي مجدة: مقدمة في وسائل الاتصال: مرجع سبق ذكره.²¹

² ال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص 80.²²

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

أ-2-الخطبة:

اعتبرت الخطبة ذو أهمية كبيرة خاصة منذ ظهور الإسلام من خلال نشرها للدين وتعاليمه، كما لعبت دور مهم في فعالية الاتصال المباشر في العصر الحديث وإحداثها لنوع من التغيير في المجال الاجتماعي والسياسي والديني، وكان لأصحابها من طلاقة اللسان ما يحسن التعبير به.

أ-3-البعثات والوفود:

هي وسيلة عرفت منذ القديم لنقل المعلومات والمعارف خاصة عند ظهور الإسلام، ولقد استعملت فيما بعد لدى الدول الأوروبية البعثات العلمية لنقل المعارف من خلال البعثات التبشيرية تمهيدا للاستعمار والاستيطان.

وقد زادت أهميتها في الوقت الحالي فأصبحت تشمل بعثات لأجل إبرام الصفقات والمعاهدات بين الدول والمؤسسات.

ب- وسائل الاتصال الحديثة:

سنقوم باستعراض لبعض وسائل الاتصال الحديثة مع تكرار لبعض الوسائل التقليدية التي مازالت تستعمل بفعالية كبيرة إلى غاية يومنا هذا.

ب-1-المجلات:

لكل مجلة جمهورها الخاص بها، وتشارك المجلات مع الصحف في انتشارها الواسع ووصولها إلى أماكن متعددة، غير أنها تصدر عادة كل أسبوع أو أسبوعين أو شهريا، وتتميز المجلات باستعمال الألوان المختلفة والصور الواضحة، الأمر الذي يساعد على خلق جو نفسي معين وتهيئة القارئ ذهنيا، وهذا بدوره يساعد على نقل المعلومات إلى القارئ، ويمكن تقسيمها إلى مجلات عامة تتفق مع رغبات الجمهور العام

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ومجلات خاصة تضم أو تتناول موضوعات تهم فئة معينة من الجماهير، ونجد أيضا المجلات المهنية التي تهتم بموضوعات مختلفة متعلقة بمهنة أو صناعة معينة كالطب والهندسة.

ب-2- الصحافة:

تعد الصحف من أقدم وسائل الإعلام، فهي أقدم من الراديو والسينما، والصحف هي عادة ما تعرف بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة والخاصة.

أما فيما يخص الصحف والمجلات، ومن حيث قراءتها، فقد أصبحت من أهم وسائل الاتصال التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات الحديثة والتي تعتبر من مقومات الحياة الفكرية، والصحافة كوسيلة للاتصال تقرأ لعدة أغراض:

- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام.
 - إتاحة الفرصة للقارئ للاطلاع على محتوى الرسالة أكثر من مرة.
 - القدرة على عرض المواضيع الطويلة والتفاصيل الدقيقة.
- كما أنها تبقى منبر مهم للرأي العام ومن أقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه مع ملاحظة أنها وليدة زمانها بسعة انتشارها وكثرتة.¹

¹ د الإله بلقزيز، مرجع سبق ذكره، ص 19.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ب-3-وكالات الأنباء :

ترجع بداية تاريخ وكالات الأنباء إلى نهاية عشرينيات القرن التاسع عشر، حيث بدأ الفرنسي المجري الأصل "تشارل لويس هافاس" بالتفكير في استغلال مجال جمع الأخبار الذي توقع له مستقبل عظيم انتهى عام 1835 إلى انتشار أول وكالة أنباء سميت باسم "سميث"، وكانت ذلك نقطة انطلاق من مكتب لجمع الأنباء بباريس ومراسلين بمعظم العواصم الأوروبية، وفي نفس الوقت تطورت وكالات الأنباء بعد ذلك، حيث ظهرت العشرات من الوكالات الجهوية والمحلية كوكالة الأنباء الألمانية عام 1849 والوكالة البريطانية بلندن عام 1851، ومن خلال ما سبق نستنتج أنّ وكالات الأنباء ثلاثة أصناف:

1. الوكالات العالمية: تتميز بكثرة الخدمات الإعلامية التي تقدمها وبضخامة الوسائل البشرية والمادية والتقنية.

2. الوكالات الجهوية: تتعدى فيها أنشطتها الإخبارية بلدها الأصلي إلى بعض الدول الأخرى.

3. الوكالات المحلية: ويتمثل نشاطها الأساسي في جمع وتوزيع المعلومات في بلدها الأصلي وإن كانت تحاول أن تتجمع وتتعاون مع بعضها البعض للتقليل من الهيمنة الإخبارية للوكالات.²

ب-4-السينما:

يقصد بالإعلام السينمائي نشر وتقديم الأفكار والموضوعات عن طريق السينما، حيث تتوفر إلى جانب الأفلام العادية أفلام تسجيلية تعليمية، توجيهية، وتساعد الأفلام السينمائية على تغيير اتجاه السلوك، وتحقيق الأهداف الإعلامية.

²مد علي القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، مرجع سبق ذكره، ص 167

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ب-5- الأقمار الاتصالية:

في حقيقة الأمر فهي لا تعتبر وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل، بل تعتبر وسيلة للوسائل الاتصالية الأخرى كالبرامج التلفزيونية والمكالمات الهاتفية، لم تبلغ ما بلغته من سرعة ووضوح إلا بفضل الأقمار الصناعية، والوظيفة الأساسية للأقمار الصناعية هي استلام الإشارة أو الموجات الصاعدة من المحطات الأرضية، بالإضافة إلى استعمالات أخرى، مثل: الاتصال الهاتفي، التتقيب عن الثروات، الأهداف العسكرية مثل التجسس.¹

الإنترنت:

تعرف على أنّها مجموعة من شبكة الحواسيب على اختلاف أنواعها وأحجامها، ترتبط فيما بينها لتقدم العديد من الخدمات والمعلومات بين الأفراد والجماعات، تعتمد على نظم تراسل عالمية وبرمجيات لتشكيل لغة تخاطب واحدة تفهمها جميع الشبكات والحواسيب المتصلة بالإنترنت.

تعتبر الإنترنت من أبرز وسائل الاتصال الجديدة التي كان تأثيرها كبيرا على المجتمع ككل سواء كان ذلك التأثير إيجابيا أو سلبيا، ولقد كان هذا التأثير المزدوج والعميق سببه الإقبال الرهيب من قبل للأعداد الكبيرة من جميع أصناف وفئات المجتمع.

فالإنترنت تمكّن المستخدم من السيطرة على المسافات والوقت وتتيح له بث واستقبال ما يشاء من المعلومات سواء كانت مكتوبة أو مصوّرة أو مسموعة.

¹ ل ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ت. هبة ربيع: دار الفجر للنشر، ط1، 2015، ص 40.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

تقوم بتوفير المعلومات في شتى حقول أو مجالات العلم والمعرفة، قلة تكاليف إرسال واستقبال المعلومات عبرها، يمكن من خلال الإنترنت قراءة مختلف أنواع الكتب الإلكترونية وزيارة مختلف مواقع المكتبات والتعرف على البلدان والاعلام.¹

مواقع الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب "web2" حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف عليهم.²

2- وظائف وسائل الاتصال:

يمكننا تحديد ثمانية وظائف للاتصال في أي نظام اجتماعي، ونذكرها كالآتي:

أ. الإعلام:

وهو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة.

¹ نغم جاسم: أهمية الإنترنت في حياتنا.

² <http://www.14october.com/new.aspx?newsno3055654/11/10/2019/18:30> مرجع سبق ذكره

² السعيد مبروك إبراهيم: التعايش الثقافي وتحديات العصر، رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 14.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

ب. التنشئة الاجتماعية:

وهي توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن للناس أن يعملوا كأعضاء ذو فعالية في المجتمع يعيشون فيه.

ت. الإقناع:

كثيرا ما يجد الناس أو الفرد نفسه في حالة اختلاف أو تعارض في الرأي مع أفراد آخرين، حيث يريد الفرد أن تكون علاقته بهم متينة ومبنية على الاتفاق والتعاون، فيقومون بالاتصال فيما بينهم لتحقيق نوع من التوازن في وجهات نظرهم.

ث. النهوض أو التطور الوظيفي:

وهو من خلال نشر الأفكار والأعمال الثقافية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد.

ج. الترفيه:

يلعب الاتصال دور في الترويح عن الأفراد في المجتمع وتخفيف أعباء الحياة اليومية ومتاعبها، وذلك من خلال البرامج الترفيهية التي من شأنها الترويح عن نفوس الناس من خلال برامج متعددة.

ح. المعرفة والتربية والتعليم:

وتتعلق بنقل المعلومات والخبرات والأفكار إلى الآخرين بهدف تنويرهم ورفع مستوياتهم العلمية والمعرفية والفكرية، وتكييف مواقفهم إزاء الأحداث والظروف الاجتماعية وتحقيق تجاوبهم مع الاتجاهات الجديدة.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

خ. التكامل:

وهو توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة

تتحقق حاجتهم إلى التعارف والتفاهم ومعرفة ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.¹

¹ هشام بوبكر: مؤسسات الإعلام والاتصال، محاضرات قدمت للسنة الأولى ماستر علاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016/2017، ص 8، تم زيارة الموقع في 2020/02/10، على الساعة 14:30.

الفصل الثالث : مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال

خلاصة:

من خلال تطرقنا لوسائل الإعلام والاتصال في هذا الفصل، حيث تناولنا تطور وسائل الإعلام وأهميتها ووظائفها في المجتمع ووسائل الإعلام من حيث وظائفها وأنواعها، استخلصنا مدى أهمية هذه الوسائل وتنوعها في حياة المجتمع، حيث أصبح من المستحيل العيش دون هذه الوسائل في العصر الحالي، فسير المجتمعات وتقدمها أصبح مربوط بالقدرة على استغلال هذه الوسائل وتوظيفها في جميع المجالات.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

تمهيد:

إن ظهور الإنترنت بعد الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم في وسائل الإعلام والاتصال من خلال حرية وسرعة فائقة في مجالات عديدة مما أدى إلى حشد الرأي العام وتكوين مجموعات ضغط ضد الأنظمة السياسية والاجتماعية.

فالرأي العام مصطلح شائع في حياتنا اليومية فظهوره ليس وليد لهذا العصر بل يرجع إلى المجتمعات القديمة لكنه تطور وانتشر بصورة كبيرة مع التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام والاتصال التي سمحت له بسهولة تكوينه عبر مختلف أجهزتها القديمة والحديثة، فتشكيل الرأي العام أصبح مرهون بوسائل الإعلام والاتصال على اختلاف أنواعها.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

أولاً: تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام في الجزائر.

1- عوامل تأثير وسائل الإعلام¹ام على الرأي العام.

أ- أنواع الاتصال:

كلما زادت الطبيعة الشخصية لوسائل الاتصال تزداد فعاليتها في تحويل الآراء ويمكنها أن تزود الشخص بمكافآت مرغوبة أكثر إذعانا للرأي عام، ويمكنها أن تقنع بدون إقناع، وتأثير الوسيلة الاتصالية المتخصصة أكثر تأثيرا في تغير الرأي العام من الوسيلة الاتصالية غير المتخصصة، فالمجلة المتخصصة أكثر ثقة من المجلة العامة التي تخاطب جميع الناس، كذلك الحال بالنسبة لمضمون الرسالة الإعلامية، فالمضمون العاطفي أكثر إقناعا من المضمون العقلاني لوسائل الإعلام وأكثر فاعلية في تغيير الآراء.¹

ب- أنواع القضايا:

يرى بيرلسون بأن فعالية الاتصالات في تأثيرها على الرأي العام تختلف باختلاف القضايا، ويكون مضمون الاتصال أكثر تأثير في الرأي العام، إذا كانت القضايا جديدة وغير مكررة، وكذلك الحال بالنسبة للقضايا الحيوية.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

ت- أنواع الناس:

يختلف تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام باختلاف أنواع الناس، فكلما كان إقناع الناس قويا بقضية ما يكون من الصعب على وسائل الإعلام تغيير آراءهم، وبالعكس كلما كانت معرفة الناس بالقضايا أقل كلما استطاعت وسائل الإعلام التأثير وتغيير الآراء.

ث- أنواع التأثيرات:

تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام من خلال عدة تأثيرات مثل درجة الاهتمام، وفترة التأثير إذا كانت طويلة المدى أو قصيرة المدى كذلك درجة التركيز على القضية السياسية. فوسائل الإعلام لها تأثير كبير في إنتاج الاهتمام بالشؤون العامة التي تهتم الجمهور، وذلك عن طريق جذب انتباه الناس لها باستمرار، فكلما زاد تركيز وسائل الإعلام على القضية السياسية كلما قل عدم اتخاذ الجمهور قرار بشأنها.¹

ج- أنواع الظروف المحيطة بالاتصال:

فعالية الاتصال في التأثير على الرأي العام تتنوع باختلاف طبيعة الظروف المحيطة بها فتأثير الاتصال في تغيير الرأي في ظرف يكون فيه احتكار الاتصال أعظم من تأثيره في ظروف تنافس الاتصال، كذلك فإن ما يعرف بالتوازن من خلال منافسة وسائل الإعلام يعني نسبة توزيع المضمون لوسائل الإعلام المتنوع ما يمكن المتابعين لقضية ما أن يقرؤوا أو يشاهدوا أو يسمعوا وجهات نظر مختلفة بقدر متساوي ومعقول، ومن شروط الظروف المؤثرة في تغيير الرأي هو قسدية التعرض لوسائل الاتصال أو عدم تصديقها.¹

¹ زهير عبد اللطيف: مرجع سبق ذكره، ص 180.

¹ صالح خليل أبو أصبع: الدعاية والرأي العام، دار البركة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص 112 ص

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

2- وسائل الإعلام وعلاقتها بالرأي العام.

أ- الإذاعة (الراديو) والرأي العام:

• مفهوم الإذاعة:

يعود مفهوم كلمة الإذاعة إلى لفظة راديو (Radius) باللاتينية، وتعني نصف قطر الدائرة وهذه التسمية تناسب فعلا الإرسال الإذاعي حيث ترسل الموجات الصوتية عبر الإرسال في شكل دوائر لها مركز إرسال.

ومن ثم أصبحت كلمة الراديو (Rdio) (وتعني بث الموجات بواسطة مراكز الإرسال وانتشار هذه الموجات عبر الأثير ثم استقبالها مرة أخرى بواسطة أجهزة الاستقبال ويشمل الراديو تكنولوجيا التردد العالي H.F حيث تستخدم طاقة كهربائية لإرسال الأصوات والصور وإشارات التلغراف.²

فكلمة الإذاعة تعني النشر المنظم أو الإذاعي للإمتاع Entertainment والإعلام Information والتثقيف، لاستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور يتكون من أفراد وجماعات من مختلف الشرائح والفئات بأجهزة استقبال مناسبة، والإذاعة تعني في جميع هذه اللغات إذاعة الكلام والموسيقى والمعلومات عن طريق الصوت فقط¹ قبل تغيير اسمها إلى الراديو الذي يعتبر إحدى وسائل الاتصال الجماهيري.

يؤثر الراديو الإذاعة على الرأي العام في تحقيق القدر الذاتي من القيم اللازمة لتماسك الأزمة وسلامة الدولة وتحفيز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها

² محمد هاشم الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2012، ص 138.

¹ إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2019، ص 59.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

والاسهام فيها التخفيف من حدة العصبية الإقليمية من شأنها تثقيف الجماهير وإشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.

ودحض الشائعات الضارة في الحال وخاصة في أوقات الحروب والطوارئ والوقوف ضد تفشي البلبلة الفكرية للقيام بالدعوة للقيم الجديدة.

تستخدم الإذاعة على نطاق واسع التأثير في الرأس العام العالمي عن طريق الدعاية وخاصة في أوقات الحروب والأزمات.

وقد بدأت حروب الدعاية على النطاق العالمي عن طريق الإذاعة (الراديو) منذ منتصف عام 1930 بواسطة ألمانيا النازية وإيطاليا والاتحاد السوفياتي وبريطانيا، كما دخلت و. م. أ بصورة مكثفة من خلال الحرب العالمية الثانية وبعدها.

ويمكن أن نخلص أثر الإذاعة في الرأي العام القومي في عدة نقاط نذكرها من خلال تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.

تحفيز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاكلهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها الاسهام فيها، من خلال دعم الروح الديمقراطية والتخفيف من حدة العصبية الإقليمية والإخلال من

شأنها.¹

¹ إسماعيل أبو جلال: المرجع السابق ذكره، ص 60.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

ب- التلفزيون والرأي العام:

• مفهوم التلفزيون:

تتألف كلمة تلفزيون من مقطعين (تلي) ومعناه النقل عن بعد، (فيزون) ومعناها الرؤية، وبذلك تصبح كلمة تلفزيون الرؤية عن بعد، ويمكن بالتالي تعريف النظام التلفزيوني بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية والمتحركة بأكثر قدر ممكن من الأمانة من مكان لآخر بعيد بواسطة موجات الراديو الكهرومغناطيسية وكذلك يرسل الصوت المصاحب للمنظر بنفس الطريقة حيث تحصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصريا وسمعيا.²

نجد ان للتلفاز أهمية في الدعاية السياسية بصفة خاصة، فالتلفزيون يوثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية بأكثر مما تستطيع الإذاعة على أن نقل الصوت والصورة معا ليس دائما في صالح السياسيين، التلفزيون لا ينقل الصورة ساكنة ولكنه ينقلها محملة بالانفعالات، وقد يكتشف الجمهور في بعض هذه الانفعالات نوع من الخداع والتزييف ويقال إن هذا سبب كان أحد العوامل الأساسية في انعدام الثقة في التلفاز في تشكيل الرأي العام الأمريكي بحكم أن الإذاعة يبقى لها الدور الهام والتأثير القوي من خلال الدعاية. فالأمر الذي لا شك فيه هو أن التلفزيون يستطيع ربما أكثر من أي جهاز إعلامي آخر أن يلعب دورا هاما في تعريف الشعوب بعضها ببعض الآخر وفي تدعيم الصلات الثقافية والإنسانية بينها وهو ما يقوم به اليوم الإذاعة والتلفزيون في كثير من دول العالم من اتحادات.¹

² الهاشمي مجد هاشم: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص 175.

¹ مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 49.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

فالتلفزيون يعمل على توثيق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية في المجال السياسي أكثر من الإذاعة، وله دور فعال في التأثير على الرأي العام العالمي سواء عن طريق تصدير البرامج إلى الدول الأخرى أو إرسال البرامج بالأقمار الصناعية أو الإنترنت.

ت- الصحافة والرأي العام:

للصحافة بكسر الصاد من صحيفة جمع صحائف او صحف والصحيفة.

فالصحافة المكتوبة تعني الصحف هي كل ما يطبع على ورق ويوزع في مواعيد دورية وينقسم من حيث الهيئة الشكلية وطبيعة المضمون إلى الجرائد والمجالات كما ينقسم من حيث مواعيد الصدور يومية أسبوعية، نصف شهرية، دورية تصدر كل فترات معينة، فنجد لكل جريدة شخصيتها الخاصة التي تميزها عن غيرها وهي مشروع قد يكون مملوكا لحكومة أو للفرد، أو لشركة بين أفراد.²

تحتل الصحافة المقام الأول من بين الوسائل الإعلامية كلها في التأثير على الرأي العام ويرجع ذلك إلى عدة أسباب نذكرها كالآتي:

الصحافة تهتم في الخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها وعرض وجهات النظر المختلفة.

يميز المختصون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام:

- الصحافة المتخصصة:

تعالج مواضيع مختصة ويطلع هذه الصحف النخبة والقادة.

² محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2008، ص 57.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

- الصحافة المتميزة:

الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للمواضيع.

- الإعلام الشعبي:

يتألف من الصحافة الشعبية بالإضافة إلى الإذاعة والتلفزيون، يقدم مواد خفيفة، ويميل نحو الإثارة.¹

3- أنواع تأثير وسائل الإعلام.

هناك عدة تأثيرات يمكن لوسائل الإعلام إحداثها على الجمهور ويمكن ايجازها فيما يلي:

1. قيادة الرأي:

أظهرت العديد من الأبحاث أنّ الجماهير تتأثر في كثير من الأحيان بقيادة الرأي أكثر مما تتأثر بوسائل الإعلام، وقادة الرأي يعتبرون أعضاء في نفس الجماعة، وهم أكثر احتراما لأساليبها من الذين يتبعونهم، والفرق بين التابع والقائد هو أنّ القائد أكثر تعرضا لوسائل الإعلام ويعمل كناقل للمعلومات التي تنشرها هذه الوسائل ويفسرها.

وبالرغم من أنّ أغلب الدراسات التي أجريت حتى الآن عن قادة الرأي ركّزت كلها على دورهم في إحداث التغيير، إلا أنّ هناك من الدلائل ما يدعو إلى الإيمان بصحة الرأي الذي يقول أنّهم يساعدون على الاستمرار والتدعيم.

¹ الهاشمي مجد هاشم: المرجع السابق ذكره، ص 177.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

طبيعة وسائل الإعلام التجارية في مجتمع النظام الحر:

من المعتقد أنه لكي تتجنب وسائل الإعلام إغصاب أي قطاع هام من الجمهور الكبير المختلف، تضطر تلك الوسائل إلى تزويد الاتجاهات التي يقبلها المجتمع.¹ وتعمل كذلك على تحليل المضمون للمواد الترفيهية في الأربعينيات والخمسينيات يؤيد ذلك الادعاءات، ونتيجة لذلك يقال أنّ وسائل الإعلام تشجع استمرار الأوضاع الراهنة.

- التغيير الطفيف على الاتجاهات يحدث باستمرار بعد التعرض للرسائل التي تهدف للإقناع، أمثال ذلك التغيير الطفيف قد يظهر نواحي نقص في العمليات الانتقائية، وقد يظهر أنّ الأساليب التي تطبقها الجماعة فيها تحرر.¹

- الاتجاهات المتصلة بالذات، تقاوم بشكل خاص التغيير، حيث أنّ هذه الاتجاهات هامة جدا لأعضاء الجمهور وسواء بالنسبة للإنسان كفرد أو كمخلوق اجتماعي تنشط في هذه الحالة العوامل الوسيطة التي تساعد على التدعيم بشكل كبير.²

1- خلق آراء عن موضوعات جديدة:

من الآراء الشائعة، وسائل الإعلام قادرة على خلق آراء بين الناس الذين لم يكن لديهم بشكل أو بآخر معلومات سابقة عن الموضوع المعروض الذي يتعرضون له، ولكن بنسبة كبيرة من الدراسات العلمية والميدانية تشير إلى أنّ الاتصال شديد الفاعلية في خلق آراء عن الموضوعات التي يحتمل أن يكون قد كوّن نحوها آراء

¹ جيهان أحمد ريشي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط2، 1978، ص 618.

¹ أحمد فلاق: تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة: مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجزائر، 2001/2000، ص19.

² جيهان ريشي: مرجع سابق، ص 619.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

سابقة، كما وجدت الدراسات أنّ الرسائل التي تتناول الموضوعات القادرة على تحصين أعضاء الجمهور وجعلهم أكثر مقاومة للرسائل التي تأتي بعد ذلك عارضة وجهة نظر معارضة، ووجدت دراسات أيضا أنّ الاتصال الجماهيري قادر على جعل كل الأحداث لها كيان خاص بها ولديها معنى ودلالة لدى الجمهور.

وإن كان في الإمكان تفسيرها بسهولة، فنستطيع أن نقول أنّه إذا كان الموضوع فعلا يعتبر "جديدا" لا يحتمل أن يحدث صراع بين الرسالة والاتجاهات السابقة المعارضة أو بينهما وبين أساليب الجماعة المعارضة أو قادة الرأي المعارضين.¹

2- تدعيم الاتجاهات والآراء السابقة:

تشير الدراسات بما لا يدع مجالا للشك إلى اعتبار وسائل الإعلام محتمل بشكل عام أن تعمل على تدعيم الآراء الموجودة بين الجمهور أكثر مما يحتمل أن تغير تلك الآراء.

ولكن ليس معنى هذا أنّ التحول الكلي لا يحدث، وأنّ وسائل الإعلام لا تعمل في بعض الأحوال على نشر التغيير على نطاق واسع.

وتأثير وسائل الإعلام يحدث بالتعاون من خلال ظروف ومؤثرات وسيطة خارجة على نطاق ظروف الاتصال ومن بين تلك العوامل:

- الاستعدادات السابقة والعمليات الانتقائية المتصلة بهذه الاستعدادات مثل التعرض الانتقائي والتذكر الانتقائي، فالناس تعمل على تعريض أنفسهم لوسائل الإعلام بشكل تلقائي دون قصد منهم، فيعمل على اختيار ما يتفق مع اتجاهاتها السابقة وتجنب التعرض للرسائل التي لا تتفق مع وجهات

¹ أحمد فلاق: مرجع سابق، ص 21.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

نظرها، وإذا تعرض الفرد لرسائل مخالفة لوجهات نظره فكثيرا ما يدرك معناها بشكل محرّف لتجعلها تتفق مع وجهات نظره.

كذلك يميل الناس إلى تذكر المواد التي تتفق مع آرائهم أكثر من المواد المخالفة لها، وبالرغم من أنّ هذه الظواهر شائعة بشكل كبير إلا أنّه ما يجريها جميع الأفراد في أي ظرف من ظروف الاتصال.

- الجماعة وتقاليد الجماعة التي ينتمي إليها أعضاء الجمهور، فإنّ الاتجاهات السابقة التي تعكس تقاليد الجماعات التي ينتمي إليها أفراد الجماهير شديدة المقاومة للتغيير، وتزيد عندهم بشكل خاص إذا كانت أساليب الجماعة هامة، كما أنها تزيد حينما يقدر الأفراد عضويتهم في الجماعة.¹

3- التحول:

بالرغم من أنّ التحول لا يحدث كثيرا إذا قورن بالتدعيم، إلا أنّ التحول الذي تلعب فيه وسائل الإعلام دورا يحدث، وفي بعض الأحيان ينشر على نطاق واسع، وفي عمليات التحول التي تلعب فيها وسائل الإعلام دورا مختلف العوامل والظروف الخارجية على عملية الاتصال التي تجعل التدعيم عادة يبدو أقل فاعلية في بعض الأحوال، في الناحية المضادة أي تعاون على إحداث التحول، وهذه العوامل تكمن في:

- العمليات الانتقائية: هذه العمليات تعمل على تدعيم الاتجاهات ولكنها لا تعمل بكفاءة مطلقة، ففي بعض الظروف قد تساعد العمليات الانتقائية للرسائل الإعلامية على إحداث التغيير، وعلاوة على ذلك حينما تدفع العوامل الخارجية على عملية الاتصال الفرد نحو التغيير، نجد أنّ العمليات الانتقائية يجعل ذلك الفرد حساسا لمختلف الرسائل التي تقترح التغيير.¹

¹ حمد فلاق: المرجع السابق، ص 20.

¹ جيهان أحمد رنشي: المرجع السابق، ص 640.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

- الجماعات وأساليبها: تعمل هذه الجماعات الأساسية التي ينتمي إليها الفرد غالبا كمؤثر من المؤثرات التدعيمية التي تقاوم التغيير، ولكن في بعض الأحوال الخاصة قد تعاون الجماعات، وعلى غير العادة الأفراد على التغيير وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها بالتجربة.
- التأثير الشخصي: أظهرت الأبحاث أنّ قيادة الرأي والتأثير الشخصي لهما دور هام جدا في عملية اتخاذ القرارات وتغيير وتحول الاتجاهات والسلوك على حد سواء.
- ويبدو أنّ للتأثير الشخصي عامل ضروري في حدوث التحويل، وتوقه على وسائل الإعلام يختلف بشكل كبير من موضوع إلى آخر، كما يبدو أنّ التأثير الشخصي يعمل أيضا كأداة لتدعيم والحدوث لهاتين الوظيفتين غير واضح تماما، كذلك يبدو أنّ وسائل الإعلام تقدم الوسيلة العملية للوصول إلى قادة الرأي.²
- الاستعداد للإقناع: تشير التجارب المعملية التي استخدمت وسائل مقارنة لوسائل الإعلام إلى أنّ بعض الأفراد أكثر استعدادا للاقتناع من غيرهم أو بعضهم مقارنة الأقل استعداد للاقتناع.
- وبالنسبة لخصائص الشخصية الأخرى التي يحتمل أن تتماشى مع الاستعداد للاقتناع، فالنتائج كانت حتى أواخر الستينيات متضاربة.
- التنشئة الاجتماعية: هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع توكل إليها مهمة تنشئة الأفراد وتنقيتهم وتعليمهم أصول السلوك السوي المقبول اجتماعيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف التي تشمل بيئتهم الثقافية والحضارية ومن هؤلاء المؤسسات نجد المنزل والمدرسة والمراكز الدينية وغيرها.

² أحمد فلاق: المرجع السابق، ص 24.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

• ثم مع مجيء عصر الإعلام الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة، بل لعب دورا هاما وأصبح عاملا هاما ومؤثرا في هذه العملية، فلقد ساهم الإعلام في إتاحة تنشئة اجتماعية للأفراد أفضل من خلال توفير لهم رصيد مشترك من المعرفة تمكّن الناس من أن يعملوا كأعضاء ويشتركون في دعم الوعي الاجتماعي، وبذلك تكفل بمشاركة نشطة في الحياة العامة نجد كثير من الناس يتعاملون مع الإعلام باعتباره مجرد أداة للترفيه أو مصدر للأخبار ليس أكثر من ذلك، إن هذه النظرة تعد ضيقة إذ أنه ليس هناك ترفيه أو أخبار محايدة.

• الآثار الجماعية: نجد من أهم خصائص الإعلام هو قدرته على الوصول إلى عدد كبير من الجمهور، وهذا يمثّل الوجه الإيجابي للإعلام، إلا أنه لا يمكن تناسي الوجه السلبي له من خلال إمكانية إساءة استخدامه، فالإعلام يقوم بمهمة كسب الحشد الجماهيري تجاه قضية والدفاع عنها والانتقاف حولها. وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام يمكن أن تحدث في أي وقت، لكن نجاحها يكون كبير في وقت الأزمات وذلك بسبب السخط الجماهيري الهائل اتجاه قضية معينة.¹

فنجد حسن التصرف في أوقات الأزمات والقدرة على التعامل مع معطياتها وظروفها، يسهل على الإعلام عمله من خلال التأثير في الجماهير بشكل أفضل ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه من خلال إثارة الجمهور وتحريكه لتكثفه مع ظروف هذه الأزمة.

¹ المرجع السابق: ص 29.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

ثانيا: تأثير وسائل الاتصال على تشكيل الرأي العام.

1.2- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام:

أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضروريات الحياة في الوقت الحاضر، وتعد بمثابة حلقة الوصل بين كل مقومات ومؤسسات البناء الاجتماعي وتقع على عاتقها عمليات شرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعية للأخرى، إذ تؤدي وسائل الاتصال دورا بالغا الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام من خلال تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة. وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس المعرفة الواسعة والدقيقة بالأحداث السياسية وتمارس هذه المواقع تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار في المجتمع.

ويختلف تأثير وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعاً للبيئة الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف وسائل الاتصال المقروءة والمرئية والمسموعة، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام.¹

وقد تميزت مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) بقوة التأثير لأنها جعلت كل مزايا وسائل الاتصال التقليدية (المقروءة، المسموعة، المرئية) في نوع الرسالة التي تقدمها لذا هناك اتجاهين مختلفان في دراسة تأثير وسائل الاتصال على الرأي العام:

¹ بوشعالة سميرة: الاتصال والرأي العام، محاضرات علم اجتماع الاتصال، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، سداسي الثاني، 2015، ص28 www.univ.setif.dz، 2020/01/20، 13:45.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

- الاتجاه الأول: يربط بين التغييرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الاتصال، وبالتالي فإن وسائل الاتصال حين تقدم اتجاهات مختلفة ومتعارضة اتجاه قضية معينة، فقد يكون ممكنا قياس تأثير كل هذه الاتجاهات في الرأي العام.
- الاتجاه الثاني: على المستوى الفردي فيوضح اختلاف تأثير الاتصال والإعلام من فرد لآخر حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين وهما:

- التعرض لوسائل الاتصال التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي) وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول) وهاتان العمليتان تتأثران بمستوى الوعي لدى الأفراد.

لذا من المفترض أن تكون المعلومات الأكثر حيوية هي الأكثر تأثيرا في تشكيل اتجاهات الإي العام، لأن تأثير مواقع التواصل يعد أكبر من تأثيرات التلفزيون والصحيفة المطبوعة فضلا ن تفوق هذه مواقع على وسائل الإعلام لكونها أداة اتصال تفاعلي تتضمن وصول رسائلها إلى الجمهور بسرعة فائقة.¹

كذلك الوسائط الإلكترونية على رأسها الفيس بوك واليوتيوب، المدونات هي أماكن افتراضية للقاء الشباب الجزائري ومتنفسهم الوحيد في الحديث عن حال البلاد دون قيد وضوابط، وزادت أعداد الصفحات التي تتادي بالتغيير مباشرة بعد انتفاضة سكان سيدي بوسعيد في تونس وتداول صور حرق البوعزيزي وخروج الشعب التونسي الذي لم يسبق له أن انتفض طيلة حكم زين العابدين من شدة القهر والضغط المفروض عليهم. نجد ستة ملايين مستخدم للشبكة العنكبوتية في الجزائر إلى غاية النصف الأول من عام 2011 أي 16% من مجموع السكان، أما في تونس 31% من مجموع السكان هي الاحصائيات التي قدمها المركز الوطني للدراسات والتحليل للمجتمع والتنمية، فمقارنة بعدد المستخدمين في دول المغرب العربي الخمسة كانت

¹ مشتاق طلب فاضل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية/

العدد12، العراق، ص 221، <http://www.noor-book.com>، 2020/01/03، 11:30.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

الجزائر تحتل الصدارة مع ذلك لم تشهد انتفاضة شعبية عارمة، فلم تلقى الصفحات الإلكترونية الافتراضية الفي يوك آذان صاغية للانتفاضة رغم ان معظم أصدقاء هذه الصفحات يعانون من الظلم والقهر، وسبب ذلك هو الشعور بعدم الأمان والخوف رغم أن مواقع الشعب الجزائري واحدة هو التعب والملل من المجهول والخوف من عودة سنوات العنف "العشرية السوداء" الذي أصاب الجزائر فلقد كانوا السابقين للإحتجاج في أحداث أكتوبر 1988 الشهيرة التي ذاق من ورائها الشعب الجزائري مرارة العنف لأزيد من عقد من الزمن.²

ومن الأسباب الأخرى التي ساهمت في إحياء الاحتجاج المنظم عبر الوسائط الإلكترونية هي المجموعات الفيسبوكية الداعية للتغير السلمي على رأسها صفحة ثورة الشعب السلمية للتغيير، إلى جانب عدم الثقة في صناع الرأي العام الإلكتروني من أصحاب الصفحات والمجموعات الداعية للاحتجاج والثورة.¹

² نبيلة بن يوسف: دور الوسائط الإلكترونية في تشكيل الرأي العام، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد5، كلية العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، ص 221.

¹ http://www.ammabaa.org/nbanes/200104/280htm، تم زيارة الموقع 2019/12/05، 14:00.

الفصل الرابع : علاقة وسائل الاعلام و الاتصال بالرأي العام في الجزائر

خلاصة:

من خلال تطرقنا لعلاقة وسائل الإعلام والاتصال بالرأي العام في الجزائر في هذا الفصل حيث تناولنا تأثير وسائل الإعلام وعلاقته بتشكيل الرأي العام الجزائري ووسائل الاتصال والرأي العام استخلصنا أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر وبشكل كبير على تشكيل الاتجاهات نحو رأي عام معين يخدم مصالح جهات معينة، فهذه الوسائل بمختلف أنواعها من راديو، تلفزيون وإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي أصبحت قوة مهيمنة على تكوين اتجاهات سواء كانت عالمية أو محلية أو دولية حول مختلف القضايا فهي تعمل على حشد الجمهور نحو هذه القضايا المستجدة بمساعدة هذه الوسائل.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- ابن منظور: لسان العرب: "مادة وصل" ج14، ط2، دار الأحياء التراث العربي ومؤسسة التاريخ العربي، بيروت، 1993.
- 2- إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2019.
- 3- بسام عبد الرحمان المشاقية: الإعلام التعاوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2016.
- 4- بوشعالة سميرة: الاتصال والرأي العام، محاضرات علم اجتماع الاتصال، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2-، السداسي الثاني، 2015، www.univ.setif.dz.
- 5- بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ت. هبة ربيع: دار الفجر للنشر، ط1، 2015.
- 6- جيهان أحمد ريشي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط2، 1978.
- 7- رحموني لبنى: تقييم الرأي العام، محاضرات اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ط1، أم البواقي، الجزائر.
- 8- رشيد حمليل: الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومة للطباعة والنشر، ط1، الجزائر، 2007.
- 9- زهير عبد اللطيف عابد: الرأي العام وطرق قياسه، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2014.
- 10- السعيد مبروك إبراهيم: التعايش الثقافي وتحديات العصر، رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015.
- سورة آل عمران: الآية 110.
- 11- صالح خليل أبو أصبع: الدعاية والرأي العام مفاهيم وتطبيقات، دار الشروق، الأردن، عمان، ط1، 1999.
- 12- صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، ط1، 1998.
- 13- عاطف عدلي عبيد: مدخل الاتصال والرأي العام، دار بيروت للنشر، ط1، بيروت، لبنان، 1997.
- 14- عبد الإله بلقزيز: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، ط1، بيروت، لبنان، 2001.
- 15- عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011.
- 16- عزي عبد الرحمان: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1992.
- 17- فراس محمد إبراهيم: مراعاة الرأي العام، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- 18- كامل خورشيد مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط3، عمان، الأردن، 2013.

- 19- كريمة مقاوسي، حميزي وهيبية: دور الإعلام في توجيه الاهتمام بالموهوبين: مداخلة بجامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.
- 20- لعبيد الطيب عبد القادر أحمد: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 2017.
- 21- محمد الحوتي: الرأي العام والدعاية النفسية، دار الكلمة، صنعاء، اليمن، ط1، 1998.
- 22- محمد رمضان: الرأي العام بين الدعاية والإعلان، دار بيروت للنشر، بيروت، لبنان، ط2، 1986.
- 23- محمد علي القوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2007.
- 24- محمد منير المصيرفي: الإعلام، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2009.
- 25- محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الهرم، مصر، 1997.
- 26- محمد هاشم الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2012.
- 27- مراد كامل: مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2001.
- 28- مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العراق، عدد 12، 2014-2017.
- 29- مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
- 30- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 31- نبيلة إبراهيم إسماعيل: الانسان والسلوك الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.
- 32- نبيلة بن يوسف: دور الوسائط الإلكترونية في تشكيل الرأي العام، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد5، كلية العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.
- 33- نضال فلاح الضلاعين، ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام والرأي العام، دار الإعصار العلمي، القاهرة، مصر، ط1، 2015.
- 34- الهاشمي مجد هاشم: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 35- هشام بوبكر: مؤسسات الإعلام والاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.

- 1- أحمد فلاق: تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة: مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجزائر، 2001/2000.
- 2- بضيف سهيلة: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر – دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك – أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة -1، 2018/2017.
- 3- بن زادري مريم: واقع الإنترنت في المؤسسات الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير علم اجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2008.
- 4- رفاش رشيدة: فاعلية الصحافة المكتوبة في توجيه الرأي العام الجزائري وتكوين الوعي السياسي مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2013/2012، pmbuniv.saida.dz.
- 5- شابي نرجس، سفياني سهيلة وآخرون، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري-الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال نموذجا-مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة قالمة، 2016/2015.
- 6- طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية-أطروحة مكملة لنيل درجة الماجستير علوم سياسية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2012، www.alazhar.edv.ps.pdf.
- 7- مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-مذكرة لنيل شهادة الماجستير، دراسة غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، digitallibrary.univ.batn.dz

المواقع الإلكترونية:

- تاريخ وسائل الإعلام:
<http://press-amuntada.com/t5-topic>
- نغم جاسم: أهمية الإنترنت في حياتنا،
<http://vww.14october.com/new.aspx?newsnos3055654>
- أهمية وسائل الإعلام:
<http://ejabat.google.com/ejabat//hread?tid=7eb9f76pdc4be836>
- شعباني مالك:
www.saharawi.net
- خليل محمد، مفهوم الرأي العام الإلكتروني، شبكة اسلام أونلاين، على الرابط:
<http://www.islamonline.net/arabic/mafahem/2004/06/article02a.shtm>

- علي مجدة: مقدمة في وسائل الاتصال:

<http://bit.ly.2vbrgg7.nakrabah.com>