



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غليزان
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علم الاجتماع والفلسفة

الاتصال والرأي العام

مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر علم اجتماع الاتصال

مقياس السداسي الأول

للترشح لمصاف الأستاذية

إعداد الدكتورة مازاري فاطمة

أستاذة محاضرة قسم "أ"

السنة الجامعية: 2024 / 2023

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
04	وصف المقياس.
05	مقدمة.
07	المحاضرة الأولى: نشأة الرأي العام وتعريفه
07	تمهيد
08	1 – تاريخ الرأي العام
08	2 – الرأي العام في العصور القديمة
09	3 – الإسلام والشورى والرأي العام
12	4 – الرأي العام في العصور الوسطى
13	5 – الرأي العام في العصر الحديث
14	6 – تعريف الرأي العام
15	7 – الرأي الشخصي والرأي الخاص
17	المحاضرة الثانية+ المحاضرة الثالثة: مميزات الرأي العام ووظائفه
17	تمهيد
17	1 – الرأي العام مفاهيم ومدركات
18	2 – المفهوم الذاتي
18	3 – المفهوم الموضوعي
21	4 – خصائص الرأي العام
23	5 – مواصفات الرأي العام
25	6 – وظائف الرأي العام
27	7 – المؤثرات على الرأي العام
31	8 – أسباب الاهتمام بالرأي العام
34	المحاضرة الرابعة: العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام.
34	تمهيد
34	1 – أهمية الرأي العام
38	2 – مراحل توجيه الرأي العام وإعداده
39	3 – وسائل التأثير في الرأي العام سلبا وإيجابا
41	4 – العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام
58	المحاضرة الخامسة: عوامل تشكيل الرأي العام
58	تمهيد
58	6 – أولا: الجماعة
60	7 – ثانيا: الدين
61	8 – ثالثا: العادات والتقاليد والقيم

70	9 - رابعا: التنشئة الاجتماعية
71	10 - سادسا: التراث الثقافي
74	11 - سابعا: المؤسسات التعليمية
75	المحاضرة السادسة: محددات وعوامل تكوين الرأي العام
75	تمهيد
75	1 - وسائل الإعلام
77	2 - النظام السياسي
80	3 - الأحزاب السياسية
82	4 - الأحداث الجارية
82	5 - الشعور الوطني
82	6 - الزعماء
83	7 - قادة الرأي
87	المحاضرة السابعة: وسائل الإعلام والرأي العام.
87	تمهيد
87	1 - وسائل التأثير في الرأي العام
87	2 - وسائل الإعلام والرأي العام
90	3 - وسائل الإعلام الجماهيرية وعلاقتها بالرأي العام
91	4 - أولا: الإذاعة والرأي العام
87	المحاضرة الثامنة: الإعلام ووسائله الحديثة
87	تمهيد
92	5 - ثانيا: التلفزيون والرأي العام
94	6 - ثالثا: الصحافة والرأي العام
96	7 - الإعلام المعلوم ووسائله الحديثة وتأثيره المباشر في الرأي العام
105	8 - الرأي العام في المجتمعات النامية
108	المحاضرة التاسعة + المحاضرة العاشرة: قياس الرأي العام
108	تمهيد
108	1 - مفهوم قياس الرأي العام
109	2 - أهمية قياس الرأي العام
111	3 - قياس الرأي العام وأهميته الاجتماعية
113	4 - مصطلحات قياس الرأي العام
116	5 - أسئلة قياس اتجاهات الرأي العام
118	6 - مستويات القياس
121	قائمة المراجع والمصادر

وصف المقياس:

يعتبر مقياس الاتصال والرأي العام وحدة تعليم سداسية في البرنامج البيداغوجي لطلبة السنة الثانية ماستر علم الاجتماع الاتصال ، ويكتسي هذا المقياس أهمية كبرى بالنسبة للطلبة بالنظر إلى ما يحمله من مواد مهمة ومبادئ أولية وأساسية في هذا التخصص ، فيسمح بنقل الطالب من المعلومات الأولية والعامة إلى المعلومات المتخصصة، فالاتصال والرأي العام عصب الحياة وشريرانها فعلى الطالب التمكن من الموضوع والتعرف على مصطلحات أساسية مثل : الاتصال ، الإعلام والفرق بينهما وخصائص كل منهما والتعرف على الرأي العام مفهومه وأنواعه وخصائصه ونشأته وتطوره ونظرياته وكيفية تشكل الرأي العام وما هي العوامل التي ساهمت في تكوينه وكذا التعرف على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام وكذا التعرف على نوعية العلاقة بين المجتمع والرأي العام وطرق قياس الرأي العام وكذلك الآثار الإيجابية والسلبية التي يخلفها الرأي العام على الفرد و المجتمع.

أهداف التعليم:

يهدف إلى التعريف بالاتصال والرأي العام وكيفية تشكيله في جميع الميادين وآثاره الإيجابية والسلبية التي يخلفها في المجتمع.

يهدف إلى التعريف بمراحل نشأة وتطور الرأي العام ووسائل الاتصال التقليدية والحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام .

مقدمة عامة

الرأي العام ظاهرة من مظاهر السلوك الجمعي، التي نشأت مع نشوء دول المدن ، وبدء تكون الحياة السياسية في أبسط صورها بين الحكام والمحكومين، فهي ظاهرة قديمة قدم الحضارة الإنسانية، وإن عرفت بمفهومها الحديث في القرن الثامن عشر.

وأصبح تأثير الرأي العام قوة لا يمكن تجاهلها في أي مجتمع أو دولة من دول العالم في الوقت الحاضر.

فالرأي العام في عالمنا المعاصر الذي يشهد تقدما هائلا في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، جعل الجمهور يتابع كل ما يجري حوله في العالم لحظة بلحظة.

أصبح أحد العوامل المهمة والمؤثرة في عملية صنع القرار، واستحوذ على اهتمام الزعماء والقادة والحكومات والمؤسسات الاقتصادية والباحثين، وصار علما له نظرياته وفلسفته، وتقنياته المختلفة.

إن ظاهرة الرأي العام كظاهرة اتصالية – اجتماعية سلوكية سياسية واقتصادية تثار بشأنها تساؤلات مختلفة فكيف للرأي الفردي الواحد أن يكون رأيا عاما جماعيا ؟

وما دور الرأي الخاص في صناعة الرأي العام وتشكيله؟

وترتبط دراسة الرأي العام بحقول وميادين معرفية عديدة منها علم الاجتماع وعلم النفس والسياسة والاتصال والاقتصاد والقانون والإعلام والتاريخ وغيرها.

وتجدر الإشارة أن بعض من المفكرين أطلق على الرأي العام اسم صوت الشعب أو الإرادة الجماهيرية أو موقف الرعية والسواد الأعظم أو رأي أغلبية الناس.

فالرأي العام له دور كبير في المجتمع كما قال سبرنيجر: "الرأي العام فم الشعب وأذن

الحاكم". (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 15)

وتعد الدراسات المتعلقة بدراسة الرأي العام كظاهرة من الظواهر المؤثرة في المجتمع من أهم الدراسات في هذا العصر وذلك لما وصل إليه العلم الحديث من تقدم وتطور مذهلين في وسائل الاتصال بصفة عامة ووسائل الإعلام بصفة خاصة وحلت جميع ومختلف المشكلات والقضايا الكبيرة والصغيرة.

وظاهرة الرأي العام قديم يرجع ظهوره للمجتمعات القديمة ، ظهرت مصطلحات أخرى ((الجماعة)) و((النخبة)) و((الأعيان)) في أوروبا وظهرت في الأدبيات الإسلامية مفردات ((أهل العقد والحل)) و((الملاء)) و((الجماعة)) و((أولي الأمر)) أما تعبير ((الأراخنة)) فقد وجد في أدبيات التاريخ القبطي المصري.

والرأي العام حسب التعريف الشائع: " مجموع آراء جمهور معين أو هو رأي الجماعة التي يشترك أعضاؤها في بعض الاهتمامات أو الآراء العامة " .

أي هو عبارة عن: جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها إذن تجمعهم هدف مشترك، أو حدث وطني مهم ينتمون لثقافات متباينة.

الجمهور هو تجمع حر يتميز بنوع من الاهتمامات المشتركة والمعرفة والحاجات والتقييم المشترك، إن جمهور وسائل الإعلام منتشر أفقيا ويخضع للتأثير المتبادل فيما بينه وهناك خصائص مميزة تسمح بنشوء الجمهور منها الاهتمام المشترك.

ويمكن أن يكون الرأي العام تأثيرا ملحوظ على مسار النشاط السياسي والاجتماعي خصوصا في المجتمعات الديمقراطية الحديثة وهي التي تتميز بتعدد وجهات النظر ويوجد فيها الرأي والرأي الآخر المعارض.

ويتكون الرأي في هذه المجتمعات عادة بعد مناقشات مستفيضة لوجهات النظر المختلفة المتعلقة لقضية معينة فهو يعد تعبيراً عن آراء الشعوب سواء اتخذت شكلا سلميا أو عنيفا تجاه قضاياها.

ويعد محور للرابطة السياسية بين الحاكم والمحكوم، شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي نراه ولكنه موجود.

فعلماء الاجتماع يهتمون برصد الاتجاهات والمواقف المشكلة للرأي العام وترتبط ظاهرة الرأي العام بمتغيرين أساسيين لتحديد أصولها الفكرية.

1 - ظاهرة الرأي العام تنبع من خصائص المجتمع السياسي وتبعاً لطبيعة المجتمع نفسه.

2 - بقدر أن الظاهرة سياسية فهي تعكس المناخ الحضاري العام الذي ينتمي إليه ذلك المجتمع إذن هي حضارته.

والرأي العام هو رأي الجماعة منهم المؤيد ومنهم المعارض ومنهم المتحفظ، والجماعة المنشقة على نفسها لا تستطيع أن تصدر رأياً عاماً يمثلها.

ومثال قصة الخوارج " خرجوا برأيهم عن الإمام الخليفة الراشد علي بن أبي طالب وعارضوه في قضية التحكيم الشهيرة وصاروا في معسكر التمرد وحملوا السلاح ضده ورفعوا شعار " إن الحكم إلا لله " (محمد الهاشمي، 2006، ص 21).

اخترأوا طريق العنف بدل طريق المناقشة والحوار.

نحاول أن يكون هدفنا هو تأصيل نظري وتاريخي لمفهوم الرأي العام وتحليل أبعاده ومحاولة تفصيل أنواعه وتقسيماته والعوامل التي تكونه وتؤثر به وكذا تسليط الضوء على الدور الاجتماعي والإعلامي والسياسي للرأي العام والتأثير المتبادل بينه وبين هذه الميادين.

المحاضرة الأولى: نشأة الرأي العام و تعريفه

تاريخ الرأي العام

الرأي العام فى العصور القديمة:

لقد عرفت الحضارات الموعلة بالقدم منذ أكثر من سبعة آلاف سنة مثل حضارة وادي الرافدين ووادي النيل أشكالاً متقدمة من الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تركت آثارها شاخصة على مر العصور.

وهذه الحضارات لم تكن خالية من المفاهيم المتصلة بظاهرة الرأي العام وتؤكد دور الرأي العام كظاهرة في دول الحضارة الإغريقية القديمة وفي أثينا واسبرطة وغيرها.

فقد عرف اليونان مفاهيم قريبة من الرأي العام كالاتفاق العام والاتجاهات السائدة، ويقسم أرسطو المستمعين وهم المكونون للرأي العام في عصره حسب السن إلى شباب وكبار السن. (أحمد بدر، 1998، ص 41).

ويقسمهم حسب ظروف الحظ وهي: الأصل والثروة والقوة ولكل مجموعة خواصها.

وفي العصر المسيحي ظهرت عبارة: الاتفاق العام والإجماع العام وهي مبنية على فكرة الشعور الجماعي التي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المختلفة المتنازع عليها.

ثم ظهرت حضارة وادي الرافدين "سومر" وبابل وآشور وأكد يقيمون للرأي العام وزنا من خلال إقامة مجالس الشعب والمؤتمرات والاجتماعات الجماهيرية الكبيرة .

وأدت آثارهم التاريخية على ذلك كما تكشف آثار مصر القديمة - حضارة وادي النيل وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه مثل:

(تأليه الفرعون وتقديس الكهان وتشيد المعابد وإقامة الأهرامات) ولم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير في الرأي العام.

وكانت المدن اليونانية القديمة أول من أعطى مجالاً واسعاً لتنظيم شؤون المجتمع.

فكان للفيلسوف أرسطو أكثر إيجابية في تقديره للدور السياسي الذي يلعبه الرأي العام ورأيه أن الكثرة حكمها أفضل من الفرد في القضية المثارة بصدد الظاهرة السياسية.

فالأمم القديمة عرفت الرأي العام عن طريق المناقشات والحوارات والخطب السياسية أو الدينية أو الحربية هدفها هو شحذ همم الجنود وتعبئتهم للقتال أو الدفاع عن قضية تتعلق بالعقيدة أو الوطن. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 28)

الإسلام والشورى والرأي العام:

أما في العصر الإسلامي فقد كانت ظاهرة الرأي العام واضحة عندما أرسى الرسول دعائم الحرية في المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفعالية .

وخاصة مع تشكيل أول دولة إسلامية في صورة متكاملة ، مما يؤكد أن الإسلام يحفل كثيرا بالرأي العام ويعطيه أهمية كبيرة ومكانة سامية.

يقول الرسول " لا تجتمع أمتي على ضلالة "

عرفت الشورى في الإسلام كمنهج حياة للتعبير عن الرأي العام ومن طلب الرأي والنصح من أهل العلم والخبرة والتشاور معهم بالقضايا المهمة المطروحة.

وأفضل الطرق إلى تحقيقها هي النقاش والتداول، أمرهم شورى بينهم و مشاورهم في الأمر.

إن أهم ما في ممارسة الشورى بغية اتخاذ القرار الصائب هو بروز الآراء المتعارضة ليظهر أ صوبها:

– حماية صانع القرار من الانسياق وراء الرأي الغالب أو السائد دون تمحيص و دراسة.

– توفير البدائل وإتاحة الفرصة للاختيار عند صنع القرار. (د.كامل خورشيد مراد، 2011، ص 29).

– استثمار حالة الاختلاف في تنشيط الأذهان والتشجيع على التفكير الموضوعي والعقلاني إذ أن النقاش والمحااجة الموثوقين يوقظان العقول ويبعثان فيها الحيوية.

– يجب استعراض كل الآراء ومناقشتها على أوسع نطاق بكل صراحة وموضوعية لتكوين إدراك كامل وواع للحقائق والآراء والبدائل.

– كانت الكلمة العليا في شؤون الحياة والحكم للقائد “ وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون “.

1 - الكشف عن المقومات الموضوعية للرأي العام:

حث الرسول الإنسان المسلم الاهتمام بمشاكل المجتمع والمشاركة في تكوين الآراء بخصوص المسائل التي تهم الجماعة في حديثه: “من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم“ رواه الترمذي.

وشروط الانتماء الصحيح لعضوية الجماعة والمجتمع هي المشاركة الفاعلة في أمورهم.

2 - تشجيع الفرد على تقديم رأيه:

(أقر الإسلام حق الإنسان في الإفصاح عن رأيه والجهر بالحق وإن كان مرا " قل الحق ولو كان مرا".

و أن لا يخشى في الله لومة لائم ، وهذا يتطلب الثقة وعدم الخوف حتى يمدون الآخرين بمعلومات جيدة وفعالة.

3 - **حث الفرد على استقلالية الرأي:** أمر الرسول الفرد ألا يتابع غيره دون وعي وهدى بل عليه ان يحكم عقله وفكره وأن يدخل المناقشة الجماعية يقوده فكر واع وعقل مستنير، للوصول إلى الرأي السليم.

4 - **فاعلية الرأي العام في المنظومة الإسلامية:** يعد وسيلة لمحاربة الآفات الاجتماعية وجعله العين الساهرة على تنفيذ القوانين واحترام القواعد السلوكية والاجتماعية وأوجب على كل مؤمن أن يستنكر الشر ويستهنه وألا اضطربت أمور المجتمع، وهكذا جعله الإسلام حارسا يراقب من شذ ويرجعه للصواب.

5 - الرأي العام بين حرية التعبير وشدوذ الأفكار والمواقف:

منح الإسلام الفرد حرية التعبير عن رأيه وفكره، ولكن الإسلام عندما أعطى له هذا الحق قيده بأن يكون لصالح المجتمع وأفراده.

ودعوى حرية الرأي والفكر لا تجيز له الإضرار بالمجتمع ومصالحه العامة وفي هذه الحالة حث الإسلام المجتمع أن يباشر الوصايا على الرأي المعوج والفكر المنحرف والسلوك الشاذ قال الرسول:

" إن قوما ركبوا سفينة فافتسموا فصار لكل منهم موضع ، فنقر رجل موضعه بفأس فقالوا له ما تصنع قال هو مكاني أصنع فيه ما أشاء ، فإن أخذوا على يده نجا ونجوا وإن تركوه هلك وهلكوا " .

والمغزى من هذا " أنت حر ما لم تضر " .

6 - تحريم خداع الرأي العام وتشكيله على أسس غير سليمة:

الإسلام حارب كل من يحاول خداع الرأي العام وغشه لأن ذلك إهدارا للطاقات وتضييعا للمصالح العليا وإفسادا للذوق العام. " من غشنا فليس منا " .

ملعون من ضار مؤمنا أو مكر به وقوله تعالى " يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا.... " .

فالشائعات تؤدي إلى التشكيك والبلبللة وتوقع الجماهير في حيرة شديدة وتؤدي إلى الفرقة والصراع الداخلي(د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 34).

وعند حدوث الشائعة ألا يساهم الفرد في نشرها وترديدها وعليه أن يرجعها لأولي الأمر لقوله تعالى: " وإذا جاءكم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به... " .

الشورى في الإسلام واجبة على الحاكم بقدر ما هي حق من حقوق الأمة وهي حلقة وصل بين الحاكم وشعبه، بل وهي صفة من صفات المؤمنين الصالحين حتى أنها وردت في السياق القرآني بين ركنين من أركان الدين وهي الصلاة والزكاة في قوله تعالى:

((والذين استجابوا لربهم وأقاموا الصلاة وأمرهم شورى بينهم ومما رزقناهم ينفقون.....)). (الشورى38).

الرأي العام فى العصور الوسطى:

ظهرت مصطلحات الإجماع، رأي الأغلبية إرادة الشعب صوت الشعب الرأي السائد أو الغالب الجماهير، عامة الناس، آراء الرعية، فكر الجماعة.....الخ.

وبقوة الرأي العام حاربت البرجوازية النظام الملكي والإقطاعي في فرنسا وبهذه القوة أيضا حاربت المستعمرات الأمريكية السيطرة البريطانية .

اهتم جون لوك بدراسة الأسس القانونية والأخلاقية للرأي العام ويعتبر في الدول العلمانية مصدرا أولا للتشريع ، فالرأي العام يؤدي مهمة القانون لأن القوانين وقتها كانت غير مكتوبة والعرف يحل محلها.

وأطلق روسو مصطلح : **الإرادة العامة** ويرى الباحثين أن الرأي العام في القرون الوسطى كان سلبيًا ولعل ذلك يعود إلى سيطرة الحكام والكنيسة في أوروبا. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 36)

وفي ق 15 م شهد اختراع المطبعة لأول مرة من قبل الكاهن الألماني يوحنا غوتبورغ فساعدت الطباعة على زيادة حجم الجماهير القارئة وشهد ق 16 و 17م مضاعفة الإنتاج الطباعي على شكل صحف ومطبوعات وكتب وبالتالي انتشار الأفكار الجديدة ونمو الوعي واليقظة لدائرة أوسع من الرأي العام.

وفي القرنين 17 م و18م ظهر الاحترام لقوة الرأي العام الجماهيري خصوصا في كتابات باسكال وفولتير وهويس ولوك وهيوم وشكسبير واستخدام جان جاك روسو، مصطلح الإرادة العامة وأعلن اعتماد جميع القوانين على الرأي العام.

وفي الثورة الفرنسية ظهر مصطلح الرأي العام وأخذ الغرب عن المسلمين المنهج التجريبي والتعطش إلى اكتشاف سنن الكون ومن تم كانت حروب التحرير الكبرى مثل ثورة كرومويل ضد الملك شارك الأول سنة 1640 وخلع الملك جيمس الثاني 1688.

وفي ق19، وبفضل الثورة الصناعية في إنجلترا انتقل نشاط الفكر السياسي إلى لندن حيث سادت أفكار جيرمي بنتام وهي نظرية الفلسفة المنفعية المنادية بمنح أكبر قدر من السعادة للشعب وحلت هذه النظرية محل نظرية القانون الطبيعي الذي ساد في أوروبا .

وهكذا تطورت المخترعات العلمية وظهرت وسائل الاتصال الجديدة حتى أصبح الرأي العام ذا سطوة وسلطان كبير كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التي تتضمن حقوقهم ومصالحهم.

ومن هنا ظهر الراديو والتلفزيون والسينما في القرن 20 م وكان للحرب العالمية الأولى (1914- 1919) أثر ما في تدعيم الرأي العام .

فظهرت الدراسات النفسية في أمريكا التي ركزت على دراسة السلوك وأطلقت عليه مفهوم المواقف أو الاتجاهات وهو الرأي في جوهره أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام أما الألمان اختاروا مصطلح روح الشعب.

الرأي العام في العصر الحديث:

بعض العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام بدراسة الرأي العام في العصر الحديث:

1 - زيادة عدد السكان ويتبعه زيادة أهمية آراء الناس واتجاهاتهم في عصر تنتشر فيه الديمقراطية وحرية التعبير.

2 - نمو وانتشار التعليم وانحسار الأمية.

مما أدى لنمو طبقة الصفوة المتعلمة في المجتمع وهؤلاء يرغبون بالتغيير وتبديل الواقع.

3 - تطور وسائل الاتصال: مما أدى لزيادة أهمية الرأي العام وتشكيل آراء الناس وتطويع اتجاهاتهم.

4 - التغييرات الاقتصادية: اتجه الإنتاج إلى الوحدات الكبيرة أي الإنتاج الواسع والاستهلاك الواسع ما نتج عنه من تركيز وتقنين وانخفاض وحدة التكاليف وانتعاش الإعلان والمبيعات.

5 - الاعتراف بدور الرأي العام في المجتمعات السياسية والاجتماعية.

6 - زيادة ارتباط الرأي العام بالسياسة العامة. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 43)

تعريف الرأي العام:

كل ما يتعلق بالنواحي المعنوية للإنسان يصعب إيجاد تعريف محدد له لأن هذه المعنويات تخضع لتقلبات الأفكار واختلاف العقول وتغيير المفاهيم الناتج عن تغيير الأزمنة والأماكن والذي يترك بصماته واضحة على عقل كل فرد من الأفراد فتجعله يرى الأشياء بمنظار وصورة ورؤية غير تلك التي يراها غيره من الناس .

وهو ما يسمى المرشحات لدى علماء الاتصال وهذه المرشحات أو الظروف الخاصة بكل إنسان تتشكل وفقا للبيئة والنشأة والتراث الثقافي والاجتماعي والاقتصادي الخاص بكل فرد من الأفراد تجعله يدرك الأشياء إدراكا خاصا تمايز الشخصيات وتباين العقول واختلاف المفاهيم.

و بالتالي فإن هذه الأشياء المعنوية التي لا تخضع لعوامل ثبات تجعلها تحس وتلمس وتقاس وتقتن هذه المعنويات تتغير بتغير الأشخاص لاختلاف أفكارهم وباختلاف الأزمنة والأماكن نظرا لتغير المفاهيم السائدة. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 48)

الرأي الشخصي والرأي الخاص:

فالرأي الشخصي :

هو الذي يكونه الفرد لنفسه في موضوع معين بعد تفكير في هذا الموضوع ويجاهر به دون أن يخشى شيئا.

أما الرأي الخاص :

فهو هذا الجزء من الرأي الشخصي الذي يجاهر به الشخص أمام الناس ولكنه يحتفظ به لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر أو خشية فقدان صديق أو منصب وقد يبوح به الشخص لبعض المقربين إليه الذين يكتمون سره.

الفرق بين الرأي والاتجاه:

الاتجاه في المضمون الإنساني هو استعداد للاستجابة لأشياء محددة في الوسط الإنساني بطريقة معينة هو المصدر الحقيقي للرأي ويتم التعرف على طبيعة اتجاهات الأفراد عندما يعبر عنها بالفعل أو القول أو بالكلمة المسموعة أو الإشارة أو الإيماء أو الرمز وان فكرة الاتجاه تكتسب أهمية بالغة في دراسات علم النفس الاجتماعي.

عرف لامبرت الاتجاه :

أنه حالة من التفكير أو الشعور أو رد الفعل تتم بصورة منتظمة وعلى وتيرة واحدة.

أما جوردن البورت:

فعرف الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد والتأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابته للموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة.

يفرق العلماء بين الرأي والحكم والاتجاه والسلوك كما يلي:

1 - الرأي:

هو التعبير الذي يستدل به الفرد على استجابته لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين أي أن الرأي هو وجهة نظر تتغير تبعا للمواقف المختلفة وهو تعبير بالكلمات عن الاتجاه.

2 - أما الحكم:

فيتضمن الرأي الذي سبقته الدراسة العميقة للمبررات والأسباب الايجابية والسلبية.

3 - الاتجاه :

هو استعداد ذاتي للفعل أو لرد الفعل بطريقة معينة.

4 - أما السلوك:

فهو مجموعة الوقائع المادية الصادرة عن الفعل وعلاقاته الاجتماعية وهو تعبير أيضا عن الاتجاه. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 49).

5 - إن التعبير عن الاتجاه في شكل كلمات هو الرأي بعينه.

6 - ولكن ما يقوله الفرد يمكن أن لا يدل على حقيقة تفكيره فهناك الرأي الخاص الذي يحتفظ به الفرد لنفسه وهو بعكس الرأي الشخصي وهو الرأي الذي يرغب الشخص أن يشارك به الموضوع.

برهنت التجارب أن الآراء الظاهرة قد تخفي الاتجاهات الحقيقية وهناك فرق كبير بين الرأي الظاهر والاتجاه الحقيقي، فالرأي الظاهر يعبر عنه بالكلام أما الاتجاه الحقيقي فيعبر عنه بالسلوك الواقعي.

إن السلوك أو الفعل نفسه قد لا يكون مؤشرا صادقا للاتجاه فالمرشح في الانتخابات مثلا قد يتصرف بطريقة مزيفة لا تدل على حقيقة اتجاهاته فهو يكثر من الابتسام للناس ويحمل أطفالهم ويحنو على كبيرهم ويصافحهم ويحضر حفلات الزواج أو تشييع الجنازات ولكنه في الواقع لا يؤمن بكل هذه السلوكيات في قراره نفسه.

تقوم الاتجاهات والآراء بثلاثة أدوار هامة بالنسبة للشخص:

الدور 1: عندما يكون للشخص اتجاه معين فإن ذلك يمدّه برصيد داخلي جاهز يعينه على تقدير حجم الأشياء والأحداث واختبار حقيقتها.

الدور 2: احتفاظ الشخص بعلاقاته مع الأشخاص الآخرين.

الدور 3: للاتجاهات يتمثل فيما يسمى التعبير الخارجي عن الرغبات الداخلية للفرد وهذا التعبير الخارجي له صور عديدة منها الإسقاط والإبدال.

المحاضرة الثانية و الثالثة: مميزات الرأي العام و وظائفه

الرأي العام: مفاهيم ومدرجات:

يعرفه شيفلي على أن للرأي العام له مفهومان:

مفهوم ذاتي ومفهوم موضوعي.

فالمفهوم الذاتي:

هو رأي عدد من الأفراد تجمع بينهم آمال وأهداف وتفكير معين.

وأما المفهوم الموضوعي:

للرأي العام فهو الرأي الذي تبلور وظهرت معالمه ودخل في مجال الروح الموضوعية من عادات وتقاليد.

فمصطلح الرأي العام يتكون من كلمتين هما: “الرأي” و “العام” والرأي في الأصل مصدر رأي الشيء يراه رأيا ثم غلب استعماله على المرئي نفسه من باب استعمال المصدر في المفعول والعرب تفرق بين مصادر فعل الرؤية بحسب مجالها فتقول:

رأى كذا في النوم رؤيا وراه في اليقظة رؤية ورأى كذا لما يعلم بالقلب ولا يرى بالعين – رأيا ولكنهم خصوه بما يراه القلب بعد فكر وتأمل وطلب لمعرفة وجه الصواب مما تتعارض فيه الأمارات.

فلا يقال لمن رأى بقلبه أمرا غائبا عنه مما يحبس به أنه رأيه ولا يقال أيضا للأمر المعقول الذي لا تختلف فيه العقول ولا تتعارض فيه الأمارات إنه رأى وإن احتاج إلى فكر وتأمل كدقائق الحساب ونحوها.

والرأي عند العلماء يكون على 3 أنواع إما رأيا باطلا أو رأيا صحيحا أو رأيا هو موضع

اشتباه.

فاستعملوا الرأي الصحيح وعملوا به وأفتوا به وذموا الرأي الباطل ومنعوا العمل به وأطلقوا ألسنتهم بذمه وذم أهله .

أما الرأي المشتبه به فقد سوغوا العمل به عند الاضطرار إليه إن كان لا بد منه دون إلزام

به أو تحريم مخالفته فهو بمنزلة ما أبيح للمضطر من الطعام والشراب الذي يحرم إلا للضرورة إليه.

الرأي العام جزء من منظومة متكاملة تبدأ بالمعلومات وتنتهي بالسلوك وتشمل المعلومات والآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات والسلوك.

وأهمية ما يميز الرأي مجموعة خصائص التي تحكم جوهره وهي:

1 - إن الرأي عمل من أعمال الإرادة وعلى هذا الأساس فإن الموقف إزاء الكوارث الطبيعية لا يمكن أن نسميه رأياً.

2 - يتميز الرأي بارتباطه بالوعي إن الرأي العام يوجد عندما تطرح أمام الشخص أو جماعة معينة قضايا فتتجاوز بتأثير ما نطاق العواطف لتدخل نطاق الوعي وهذا التجاوز هو الذي يتيح فرصة ضمان ثبات الرأي ووضوحه.

الرأي هو أكثر من مجرد انطباع وبنفس الوقت لا يصل إلى مرحلة اليقين أو الحقيقة الشاملة. (محمد فريد عزت، 1984، ص 271).

أما معنى كلمة عام فإنها تشير إلى المسائل والمصالح المشتركة والشؤون التي يشترك في الاهتمام بها كل أو أغلب الأعضاء البالغين في جماعة أو أمة.

وبوجود المصلحة المشتركة التي تجمع أعضاء الجمهور فإنهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحيد، التي تتفاوت من جمهور إلى آخر وتتميز الجماهير عادة بضخامة حجمها.

الرأي العام هو عملية رصد آراء مجموعة من الناس حول مسائل خلافية عامة مطروحة على بساط البحث للمناقشة الحرة والمناظرة ويدور الجدل حولها إلى أن يتبلور رأياً عاماً إزاء هذه القضايا ويتشكل رأي الأغلبية حولها إما اتفاقاً أو اختلافاً.

يذهب التقرير النهائي إلى اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال إلى أنه من الأجدى

تعريف الرأي العام بإيضاح الأوصاف التي لا تنطبق عليه فهو ليس فطريا بل يضرب بجذوره في البنى الاجتماعية والثقافية وهو ليس مجرد تعبير عن إرادة الشعب وليس متطابقا مع الجمهور على الرغم من أنه يرتبط به ارتباطا وثيقا .

ونظرا لأنه ليس أمرا يتعلمه الإنسان أو تفرضه السلطة فإنه مختلف عن الأيديولوجية، كما إنه ليس معادلا لمجموعة من المعارف.

فالرأي العام هو رأي الذين لا يشاركون في عملية اتخاذ القرارات ويوحدون خارج مراكز السلطة اليونسكو1981. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 59)

أما زكي محمود هاشم فيعرف المصطلح على انه مزيج من الاستعداد الفكري والنفسي أي أنه لا يقتصر على النواحي الذهنية فقط بل يتضمن مكونات نفسية وعصبية.

تعرف الموسوعة الفلسفية الرأي العام بأنه:

مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد.

ويعرف قاموس وبستر بأنه:

هو الرأي المشترك خصوصا عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس.

ويعرفه معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه:

هو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات.

أما جون ستور فيعرفه:

هو كل ميول ورغبات المجتمع وما ينفر عنه ويعرفه أغلب الباحثين بأنه ثمرة تفاعل الآراء والأفكار داخل أي جماعة من الناس.

ومن خلال هذه التعريفات فإننا نستطيع أن نتبين قواعد عامة تحكم الرأي العام وهي:

- 1 - الرأي العام موقف اختياري يتخذه المرء إزاء قضية مثيرة للجدل.
- 2 - أن يكون ظاهرا فشرط الرأي العام هو التعبير عنه.
- 3 - يتصف بالديناميكية والحركة أي أنه استجابة لمعطيات الحياة المتنوعة فهو بذلك يختلف عن العقائد التي تتصف بالثبات والاستقرار.
- 4 - الرأي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال متبادل بين العديد من الجماعات والأفراد في المجتمع ويشترط وجوده اتفاقا موضوعيا كما يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي العام.
- 5 - يستمد الرأي العام شكله من الإطار الاجتماعي الذي يتحرك بداخله.
- 6 - إن الرأي العام يمثل آراء جمع كبير من الأفراد وأن هذه الآراء تتصل بالمسائل المختلفة عليها وذات الصالح العام وهي لا تمارس تأثيرا على سلوك الأفراد والجماعات السياسية الحكومية. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 62).

خصائص الرأي العام:

لقد أورد عدد من الباحثين في مجال الرأي العام عدة خصائص تميزه ودرسوا قوانينه وسلوكياته وهي:

أولاً: هناك 4 خصائص يضعها الباحث في اعتباره وعند تقييم الرأي العام ودراسته:

- 1 - مدى انتشار الرأي العام بين الجمهور الذي يقاس رأيه حول قضية أو موضوع سواء كان جمهورا عاما أو نوعيا أو خاصا.
- 2 - استمرار الرأي العام حول قضية ما ومدى هذا الاستمرار.

3 - شدة الرأي العام وقوته بين الجمهور إزاء المشكلة، قضية أو موقف.

4 - معقولية الرأي العام ومدى ارتكازه على أسس منطقية مقبولة.

ومن خصائص الرأي العام وقوانينه وسلوكياته سواء في حالته الايجابية أو السلبية ما يلي:

1 - يتحول الرأي العام الساكن أو الكامن إلى رأي عام صريح في حالة ظهور موضوع أو قضية ذات اهتمام واسع من الجمهور.

2 - يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية وتمشييه معها وتزداد قوته ونموه إذا اكتسب رأي الأغلبية.

3 - الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الإبدال ، أو التعويض.

4 - يتأثر الرأي العام بالأحداث أكثر من تأثره بالكلمات ما لم تترجم هذه الكلمات لأحداث وأفعال.

5 - لا يتوقع الرأي العام سلفاً للأحداث الطارئة بل يكمن دوره على إحداث رد فعل إزاءها عندما تقع.

6 - عندما يكون هناك مساس بالمصالح الذاتية فالرأي العام في المجتمعات الديمقراطية يسبق السياسة الرسمية ويرجحها .

7 - كلما ازدادت درجة التعليم ازداد الوعي العام والإدراك الشامل لإبعاد الموضوع، القضية مما يساعد على توعية الرأي العام ودعمه وبالتالي لا يسهل خداعه.

8 - الرأي العام شديد الحساسية للقضايا والأحداث الهامة. (محمد عبد القادر حاتم، 1979، ص 57).

9 - يضعف الرأي العام نحو قضية ما نتيجة قلة اهتمامات الجماعة في هذه القضية.

10 - كلما كان الرأي العام عليما بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الموضوعات.

مواصفات الرأي العام :

في عملية تشكيل الرأي العام لابد من توافر صفات معينة حتى يكون معبرا فعلا عن رأي الأغلبية السائدة وهي:

1 - العمومية:

تعني صفة الإجماع وتوافق آراء الجمهور مجموعة من الأفراد إذ أن الرأي الواحد لا يعد رأيا عاما.

2 - الحركة الديناميكية:

إذ أن شعور المستهلك اتجاه سلعة معينة في وقت وظرف معين عرضة للتغيير فالرأي العام لا يتصف بالثبات الدائم أو الاستمرارية بل يتأثر بشتى الظروف المحيطة فهو بالتالي يمتلك نوعا من الحركة الديناميكية.

3 - حرية التعبير :

إن كل ما يؤثر على حرية اتخاذ القرار يؤدي إلى سلب حرية الرأي العام ويبعده عن أصالته ولا يتأتى الرأي العام إلا في جو صحي من الحرية الكاملة والديمقراطية وإلا يتحول إلى رأي باطن لا يقدر على الظهور.

4 - التوافق مع المصلحة:

فكل ما يخالف المصلحة العامة يعد باطلا ولا يمثل رأيا عاما للجمهور.

5 - الثبات والتقلب: تعد ظاهرة متغيرة تنتقل من حال إلى حال.

6 - التبرير:

وهو تعديل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل مع أن أسبابه الحقيقية إنفعالية.

7 - الإبدال:

يقوم المجتمع بإمداد أعضائه الذين يعانون من القلق والفتل بأهداف أخرى بديلة تخفف عنهم هذا القلق أو الفتل.

8 - التعويض:

عندما يتعرض الجمهور إلى نوع من الأزمات التي لا يستطيع حلها فإنه يلجأ عادة إلى ممارسة نوع آخر من النشاط التعويضي عندما تكون الدولة صغيرة وحظها من التقدم محدود وأحلامها كبيرة فإنها تلجأ إلى تعويض هذا النقص بإبراز صفحات أخرى كالثورة والتاريخ. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 98).

9 - الإسقاط:

هو تفسير أعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا فالشخص الذي يشعر ببعض العيوب يسقطها على غيره وينسبها إليه.

10 - التقمص أو التماثل:

التقمص هو عكس الإسقاط فإسرائيل مثلا تحاول تقمص شخصية أمريكا أي أنها تعتبر نفسها قاعدة أمريكية متقدمة في المنطقة والتقمص يكون أحيانا طريق من طرق التفاهم بين الأفراد في المجتمع فكل شخص يتقمص شخصية المجتمع الذي ينتسب إليه.

11 - التطابق أو الاتفاق:

هي ميل الفرد إلى الاتفاق مع رأي المجتمع ويعقد كثير من رجال الدعاية والإعلام على

هذه الخاصية فيذيعون مثلا بأن هذا النوع من السلعة تستعمله الأوساط الراقية أو الأغلبية.

12 - التبسيط:

أن رغبة الجمهور الشديدة في الوقوف على تبريرات مفهومة وبسيطة ونهائية للقضايا والوسائل العامة التي تثار في المجتمع تدلنا على السبب الذي يجعل الناس مستعدين لتقبل التبسيط الذي يقدمه لهم شخص آخر وخصوصا عندما يأتي هذا التفسير المبسط من مصدر موثوق به.

وظائف الرأي العام:

ويمكن إيجاز وظائف الرأي العام كما يلي:

1 - الضبط الاجتماعي:

أداة من أدوات ضبط السلوك الاجتماعي والانصياع للنظم الاجتماعية بما تتسم به معايير وعادات وتقاليد.

فهو يساهم في تحديد أو تجديد أو تبديد المعايير الاجتماعية ويضع القوانين والداستير ويلغيها وهو يعبر عن رغبات الجمهور.

والرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها في الحال على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية والأخلاق أو التقاليد أو القانون.

ومن جانب آخر فإن الرأي العام يساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية وبدون هذه المساندة يتجمد نشاطها فكل هذه الهيئات أو المؤسسات أو الجمعيات أو التشكيلات توضع دائما في امتحان أمام الرأي العام وأن كل هذه الجهات تعمل جاهدة على كسب الرأي العام.

2 - رعاية المثل الاجتماعية:

ودعم الخلقية وتشاركه في هذا الصدد القوة التي تضع الحق وتحققه والعادات والتقاليد التي سار عليها الشعب على مر العصور والأجيال.

3 - إنكاء الروح المعنوية :

ودفعها نحو القضايا المهمة وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتحمة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط آمن اقتصاديا وصحيا ونفسيا يعطر جوه الاجتماعي عبير الحرية والديمقراطية.

4 - التعبئة الاجتماعية الجماهيرية:

وهي إثارة الرأي وتهيئته لتقبل تغيير ما أو تهيئته لإصدار قانون ما أو تعديل ما وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير.

إن 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.

وقد تكون التعبئة والتهيئة عن طريق البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفازية المباشرة أو المقالات أو استطلاعات الانترنت أو الندوات والمحاضرات وملتقيات الفكر.

5 - تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الإنساني:

يؤدي الرأي العام المناهض أو الراض لأحد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرده هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعيا مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم عن المجتمع وهذا قد يؤدي إلى تعديل سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو الإقلاع عنها

أو تركها ونبذها لأنها تتعارض مع قيم المجتمع التي حماها الرأي العام ودافع ضد تشويهها كما حدث من بعض الشباب الذين تبنا ظاهرة عبدة الشيطان وكيف أن الرأي العام عالميا تصدى لهذه الظاهرة الشاذة ونبذها.

6 - الوظيفة السياسية للرأي العام:

يؤثر الرأي العام باتخاذ القرارات السياسية وينيب ممثلو الشعب عن ناخبهم مما يكونون رأيا شعبيا يحدد الموافقة أو الرفض لكثير من القرارات أو الآراء المطروحة.

7 - الوظيفة الاقتصادية:

إن موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الإنتاجية والصناعية والاستثمارية يقومون على استمالة الرأي العام وكسبه بشتى الطرق المتاحة للترويج لبضاعة ما أو الوقوف على آراء العملاء والزبائن والجمهور من سلعة ما أو خدمة ما وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره ومدى قوته في تحريك عجلة الاقتصاد. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 108).

المؤثرات على الرأي العام:

1 - التراث الحضاري والثقافي:

يعد التراث الحضاري و الثقافي لكل أمة أهم العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام وتشكيله فالفرد يتأثر بأنماط العادات والتقاليد والقيم السائدة في مجتمعه حيث تشكل حلقات ثقافية مشتركة تحيط بنا من كل جانب وتسهم بنصيب كبير في طرق تفكيرنا وسلوكنا. والدراسات العلمية أثبتت أن الثقافة ذات تأثير كبير في تشكيل الرأي العام والاتجاهات النفسية للفرد .

فدراسة ثقافة شعب من الشعوب تمكن الدعاة والمخططون الإعلاميون من أن يضعوا خططهم الإعلامية والدعائية للسيطرة والتحكم بالرأي العام وتوجيهه الوجهة التي يريدون.

فمثلا الاستعمار الأوروبي أتقن فن السيطرة على الشعوب من خلال نظرية فرق تسد ولكي يفرق يجب أن يبحث في تراث الشعوب وثقافتها وبالتالي نجح في ذلك وفتت الدول على أساسات عرقية وطائفية ومذهبية مثل ما يحدث في العراق.

2 - الأساطير والخرافات:

هي روايات معدلة لأحداث سابقة أو لشخصيات أما الخرافات فهي روايات خيالية تتصل بعالم ما وراء الطبيعة وكلاهما يستخدم بصورة مترادفة يتشكلان من الماضي كجزء من التراث وتؤثر على الرأي الشعبي. (د. عبد الكريم علي الديبسي، 131، 2016).

ويتحدد محتواها تبعا للمواقف والقيم الاجتماعية وتنتشر عن طريق الكتب والأدب الشعبي والخطب والأفلام لتؤدي وظيفة تقديم صور مشبوهة أو تبريرات منحرفة يفضلها الرأي الشعبي كما تعمل على إرضاء الحاجات النفسية للجمهور.

3 - العاطفة واللغة والأحداث:

العواطف ذات دلالات وأثر في الرأي العام وخصوصا بالنسبة لمجالات السياسة والاجتماع والدين والاقتصاد وإثارة العواطف من أساليب المحاضرين والوعاظ ورجال الإعلانات ممن يريدون إيصال رسالتهم إلى الجمهور.

أما اللغة فهي نتاج ثقافة معينة وهي التي تقرر محتوى الفكر الإنساني وهناك ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي.

أولها المستوى التذوقي الجمالي المستخدم في الأدب وثانيها المستوى العلمي في العلوم وثالثها المستوى الاجتماعي في الحياة اليومية.

4 - الزعامة والكاريزما:

الزعيم الحقيقي هو رمز لإمالة شعبه ومؤيديه وهو يستمد قوته من ثقة الناس به ومن فهمه لإدراكهم و نفسياتهم ولقيمهم وعاداتهم وتطلعاتهم.

إذا كان الزعيم يشكل رمزا معيناً من جهة نظر أتباعه فإن وسائل الإعلام هي التي تخلق هذه الرمزية وتعمقها إذ غالباً ما تضيف عليه نعوتاً وألقاباً قيادية حتى ولو لم تتوافر بعضها فيه.

ويمارس الزعيم دور الضبط الاجتماعي من خلال إعادة تشكيل الرأي العام وتطويع إرادة الجماهير لتتفق مع القيم والأهداف التي يؤمن بها.

5 - جماعات الضغط:

الرأي العام يتأثر بجماعات الضغط وتتسم تصرفاته بالتسرع والارتجال وهو ما ظهر واضحاً في تفجيرات 11 سبتمبر 2001 في أمريكا والتي نتج عنها وبشكل واضح خصائص الرأي العام في أمريكا المشحون ضد المسلمين.

وما اصطلح عليه الإرهاب الإسلامي وحالة الذعر الجماعي الذي أصاب الرأي العام الأمريكي وأدت إلى ردود أفعال سيئة تجاه المسلمين والعرب.

وهذه العيوب التي تكتنف الرأي العام الأمريكي استغلها موجهوه من أجل استمالته لتحقيق مصالح ما، مستخدمين أساليب الدعاية والحرب النفسية والشائعات.

وهناك قادة بارزون للرأي العام يعملون على التأثير في تبلور الرأي العام بأشكاله المحلية والإقليمية والعالمية لخدمة أجنداتهم السياسية.

وذلك كون قوة الرأي العام بمثابة سلطة قائمة بالفعل ، إن هؤلاء القادة بمستطاعهم تنوير الجمهور أو تضليله أو تخديره أو إلهائه عن قضاياها المصيرية ولكن لا يمكن تجاهل رأي هذا الجمهور طويلاً.

وما نستنتجه مما سبق أن ظاهرة الرأي العام تعد حقيقة واقعة موجودة في جميع المجتمعات البشرية بتباين مظاهر وأشكال التعبير والإفصاح عنها. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 152).

ومع ذلك تختلف الدول في مدى الاعتراف بوجود الظاهرة والسماح لها بالتعبير عن نفسها، وكذلك في الإقرار بأهميتها في قنوات السلطة ومؤسسات الأنظمة.

فالدول تختلف من جهة كيفية التعامل مع استطلاعات الرأي العام التي من خلالها يمكن الكشف عما يفكر فيه الناس في القضايا المختلفة.

ولا يعني الرأي العام مجرد التعبير عن إرادة الشعب ولا يشترط أن يكون متطابقا مع الجمهور ولا هو أمر تفرضه السلطات ولكنه رأي الأغلبية من الشعب التي لا تشارك في اتخاذ القرارات والتي توجد خارج مركز السلطة.

والرأي العام له مظاهر معروفة في المجتمعات وأنماط سلوكية يستخدمها الجمهور في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم إزاء القضايا التي تمس مصالحهم.

فقد يكون التعبير عن الرأي العام من خلال مظاهرة، أو تمرد يقود إلى ثورة أو انتفاضة، وقد يعبر عنه بالشائعات التي تنتشر بالمجتمع وقت الأزمات وعدم الاستقرار انتشار النار في الهشيم.

وقد يكون التعبير من خلال ندوات أو لقاءات عامة، أو دعوات لمقاطعة منتج ما، ويصل الأمر إلى أن يكون الإضراب عن الطعام أو الإضراب عن العمل أو العصيان نمطا من أنماط سلوكيات الرأي العام.

ونظرا لأهمية الرأي العام الذي يمثل قوة مؤثرة في الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية

للبلدان فقد جرى في العديد منها استخدام طرق دراسة الرأي العام وقياسه بصورة متزايدة إذ قامت الحكومات بالإطلاع على مواقف الرأي العام الوطني.

وخصوصا أثناء الحملات الانتخابية، حتى أن بعض الدول تذكر في دساتيرها دور الرأي العام في الحياة السياسية ومنها كان الاتحاد السوفياتي السابق.

إن ما نشهده حاليا من ثورة تكنولوجية هائلة في ميادين المعرفة والثقافة والاتصال المتمثلة بابتكارات الانترنت والحاسبات والأقمار الصناعية والهواتف الخلوية والإعلام الإلكتروني والرقمي من شأنه أن يزيد من أهمية الرأي العام.

وما تؤديه هذه الوسائل من دور كبير في خلق وتوجيه وصناعة الرأي العام إن البشرية قطعا لن تقف عند هذا الحد، فعجلة التطور في ميادين الحياة كلها تدور بسرعة فائقة ومدهشة جدا.

أسباب الاهتمام بالرأي العام:

فيما يأتي أهم الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بالرأي العام:

1 – أدت زيادة عدد السكان في مختلف دول العالم إلى زيادة نسبة المهتمين بالشؤون السياسية والمشاكل القومية أو الوطنية.

وهو ما أدى إلى زيادة الاهتمام بآراء الناخبين الذين تزايد عددهم، مما أصبح معه التعرف على اتجاهاتهم وآرائهم واستمالتهم في عصرنا الحالي ، أكثر أهمية من ذي قبل.

2 – أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال قد أفرزت نمطا اتصاليا أو قناة اتصالية

جديدة لها سمات تختلف عن سمات الأنماط أو القنوات الاتصالية التقليدية " الاتصال الفردي ، الاتصال الشخصي، الاتصال الجماهيري".

وهو نمط الاتصال الوسطي المستعين بالتقنيات الحديثة والحاسوب الذي يتسم بسمات الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري ، وله مزاياه التي منها التفاعلية التي زادت من إمكانية إظهار رد الفعل أو رجع الصدى فوراً.

3 – إن وسائل الاتصال الجماهيرية أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال.

بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو عبر الوطنية جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه. الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناعات القرار من ضغوط. إذ تعتبر التكنولوجيا من أكثر الأمور قابلية للتوجيه السياسي، والاقتصادي، والعسكري. وذلك نظراً لمرونتها الهائلة ولاسيما تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذات الصلة الوثيقة بموضوع الرأي العام.

4 – لقد أسهم في نمو التكنولوجيا عاملان أساسيان لهما في الوقت نفسه دورهما في نمو العملية الإعلامية ذاتها، أولهما البحوث وثانيهما تراكم رأس المال.

5 – نمو وانتشار وسائل التعليم الإلزامي في كثير من دول العالم ساعد على زيادة معرفة الجماهير بحقوقها الدستورية والقانونية، وزيادة إسهامها في العامة العامة، وذلك بما يعبر عن أفكارها وآرائها وطموحاتها.

6 – تحرص الأنظمة السياسية المختلفة، من خلال مراكز استطلاعات وقياس الرأي العام

على معرفة اتجاهات الرأي العام، ومدى تأثيره في مسائل محددة تهم مصالح البلاد وأمنها وسلامتها، وذلك لمعرفة حدود فاعليته.

أو تحسبا لما قد يعرض كيانها للمخاطر، كما تتيح دراسة الرأي العام الفرصة للتعرف على توزيع تفصيلات ووجهات نظر الأفراد نخبة وجماهير.

وما إذا كانت هذه التفضيلات تشير إلى صلاحية المؤسسات أو عدم الرضا العام أو إلى ضعف المؤسسات وتفشي الفساد.

7 - أهمية الرأي العام في عملية التخطيط والتنمية الشاملة، إذ لابد من تضمين الخطط برامج كفيلة بمعالجة الأوضاع والمشكلات التي تحثل الاهتمام والأسبقية لدى الجماعة، سواء أكانت مشكلات اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية.

8 - إن التعرف على الرأي العام له أهميته الكبرى بالنسبة للجماهير إذ يجعلها قادرة على المحافظة على التماسك الاجتماعي، ووقف طغيان النخبة الجامحة، إن وجدت، ومواجهة الشائعات والحرب النفسية التي قد يتعرض لها المجتمع.

9 - تتمثل أهمية الرأي العام في صعوبة تجاهله أو العمل في اتجاه يخالفه في أي ناحية من نواحي الحياة، إذ يتعرض من يقدم على ذلك إلى ضغوط وتيارات تضطره إلى التوافق مع الرأي العام، سواء بالاستجابة للرأي العام.

أو بمحاولة التأثير عليه بالوسائل المختلفة الكفيلة بتعديل اتجاه الرأي العام بالقدر الذي يحقق التوافق الملائم.

10 - أصبحت الجماهير تتمسك بوجودها وحقوقها، ولذلك فإن تزايد الاهتمام برأي الجماهير يعد نتيجة لتطور نظرية أنظمة الحكم في العصر الحديث.

وأصبح الحكم في كل مكان لا يستطيع تجاهل أصحاب السيادة الحقيقية، أي الشعوب التي تمارس سياستها بالأساليب الديمقراطية. (د. عبد الكريم علي الدبيسي، 2016، ص 55).

المحاضرة الرابعة: العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام.

أهمية الرأي العام:

1 – علاقة الرأي العام بعملية صنع القرار سواء على مستوى السياسة الداخلية أو الخارجية.

2 – الرأي العام واحد بين أهم مقومات جماعات الضغط في المجتمعات ذات النظم السياسية الليبرالية.

3 – يعد الرأي من بين أهم مصادر شرعية السلطة بحالة من تأثير قوي في القرار الانتخابي " الجماعي " والفردى.

بالتأكيد لا يخلو مجتمع أي كان من ظاهرة الرأي العام ولكن العبرة فيما يحققه الرأي العام كقوة ضاغطة على مجريات السياسة في البلد. (د. سناء محمد الجبور، 2010، ص 19).

مع تعاضد دور وسائل الإعلام في العصر الحديث وقدرتها على تشكيل الاتجاهات أو التأثير على الرأي.

فقد أصبح من السهل من خلال وسائل الإعلام المختلفة أن تصل الأفكار والمعلومات بسرعة مذهلة، ليس في نطاق الدولة الواحدة فحسب، ولكن في نطاق كافة دول العالم.

ولاسيما مع تغطية الأقمار الصناعية لكافة أنواع الاتصالات، حتى أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة تتناقل فيها الأخبار والمعلومات في آن واحد.

وأمام الدعم الصادر من وسائل الإعلام للرأي العام، ازدادت قوة تأثيره ولاسيما على القرارات السياسية، وفي توجيه الحكام وتشكيل أنظمة الحكم.

ولا تتوقف أهمية الرأي العام على الناحية السياسية فقط، بل تمتد إلى مختلف جوانب المجتمع

سواء ما يتعلق منها بالجوانب الاقتصادية أو الاجتماعية أو الأمنية.
خاصة فيما يتعلق بأهمية الوظيفة الشرطية للرأي العام في مكافحة الجريمة والانحراف
وغيرها. (العبد ع ، 2008، ص 322).

فلاشك أن أية منشأة سواء أكانت حكومية أو خاصة، و أيا كان نوع النشاط الذي تمارسه
بمهمتها التعرف على الرأي العام، والوصول إلى رأي عام مؤيد لجمهورها وأعمالها
ونشاطها.

فرجال السياسة يهتمون بالرأي العام باعتباره مقياس مدى موافقة أفراد الشعب على
أعمالهم، وسلوكهم وتصرفاتهم.

أما المشرعون ورجال القانون فلا يمكن أن يكتب لتشريعاتهم وما يصدرونه من قوانين
النجاح.

ما لم يحظ بموافقة الرأي العام، ولا بد أن تجيء هذه القوانين معبرة عن آمال الشعب ورغباته
وقيمه.

هذا بالإضافة إلى أن الرأي العام ضروري لنجاح المشروعات، فالمشرع الصناعي مثلا
يسعى للحصول على تأييد الرأي العام لجهوده.

وبذلك يضمن إقبال الناس على شراء منتجاته، كما يضمن أكبر قدر من المساعدة والتأييد
الحكومي والشعبي، ولا يمكن أن يستمر مشروع صناعي أو غيره، إذا وقف ضده الرأي
العام، وعارض بقاءه واستمراره.

كل هذا يعتمد في الحالات السابقة سواء أكانت الحكومات أم المشروعات الخاصة أم العامة
على عنصرين هما:

— درجة التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع الذي يشكل الرأي العام المعني، وهل الرأي
العام معبر عن الأغلبية الساحقة أو البسيطة، والعلاقة طردية بين هذا الأمر وقوة تلك الطاقة.

— عمق التفاعل نفسه.

— الرأي العام قد يكون بصور متعددة أهمها:

— قد يكون الرأي العام رسمياً أو شكلياً، وذلك عندما تقوم السلطة الحاكمة بالتعبير عنه مدعية أنها تمثله، وقد يكون حقيقياً حيث يمكنه أن يعبر عن نفسه.

— قد يكون الرأي العام صريحاً وعلنياً، وقد يكون خفياً، وذلك يعود إما لأنه لم يجد الشجاعة أو الفرصة التي تمكن الإفصاح عن وجوده.

— قد يكون الرأي العام عاماً بمعنى أن يعبر عن آراء معظم الأفراد والجماعات في المجتمع قد يكون جزئياً معبراً عن رأي فئة أو طبقة أو إقليم.

— قد يكون الرأي العام دائماً، وقد يكون مؤقتاً، وذلك حسب طبيعة القضية التي تثيره، ومدى ديمومتها، وحسب عمق التأثير بهذه القضية، وكلما قام الرأي العام على أسس عقلية واعية إزاء تلك القضية كلما حافظ على ديمومته وقوته. (السلام، 2001، ص 170، 171).

فالرأي العام يمثل قوة أساسية من قوى التأثير السياسي والاجتماعي في المجتمع، ولذا تستغل هذه القوة في توجيه المجتمعات المحلية، وفي المستوى القومي لإنجاز أهداف معينة، وحتى نتعرف على أهمية الرأي العام يمكن أن نحدد ما يلي:

1 — يظهر الرأي العام في إصدار القوانين وتغييرها وإلغائها، حيث يمثل الرأي العام اتجاهات القاعدة الجماهيرية، فإذا سحب الرأي العام تأييده لأي قانون، فإنه يصبح مجرد ألفاظ جوفاء لا تعبر عن احتجاج أو إرضاء لدى الجماعة.

ولذلك يجب أن تقوم القوانين في ظل احترام الرأي العام، وتصدر معبرة عن احتجاجات الجماهير وأمالها ومطالبها.

2 - التأثير في المشروعات الصناعية والاجتماعية لما كانت المؤسسات والمنظمات الصناعية أو التجارية أو حتى الاجتماعية قد قامت لتحقيق أهداف محدودة ومعبرة عن توفير احتياجات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

فإنه يصبح من الضروري الحصول على تأييد الرأي العام وتدعيمه لقيام هذه المشروعات.

ومن ثم يتحقق استمرار المنظمة أو الهيئة أو المشروع، ويصبح التدعيم مطلباً حيوياً لاستمرارها وإلا فقدت مبررات وجودها.

3 - نجاح سياسة الدولة، ويتم ذلك عن طريق كسب تأييد الرأي العام للمواطنين لهذه السياسة ومساندتهم لها.

وبناء على ما سبق فإن خبراء العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية والمؤسسات الصناعية والتجارية، ومؤسسات الرعاية الاجتماعية يقومون باستطلاع الرأي العام حتى يمكن تحقيق السياسات القومية المرتبطة بنشاطهم.

وليس هذا فحسب بل إنه في مجال ممارسة الحكم فإن التعرف على آراء الجماهير وقياسها، والتعرف على اتجاهاتها الفكرية والعقائدية، وميولاتها السياسية يصبح مطلباً هاماً لنجاح الأحزاب السياسية والحكومات في رسم سياستها. (بدوي، 2001، ص 103، 104).

كما أن قوة الرأي العام لا يستهان بها، فالشعوب تضغط على الحكام، وتغير الحكومات إذا تكون لديها رأي خاص، وتعلن الحروب وتعد المعاهدات، ويتم الصلح وفقاً للرأي العام، كما تتم الانقلابات السياسية والإصلاحات الاجتماعية كذلك وهكذا.

لذلك تسعى العديد من الحكومات إلى معرفة الرأي العام بطرق مختلفة اتجاه هذه المشاكل العديدة التي تواجهها.

معنى هذا وجود طرق للاتصال بين الحكومة والشعب منها الانتخابات، وفتح الباب أمام

شكاوي الجمهور لتصل إلى الجهات الرسمية، وكذا الإعلام من إذاعة وصحافة وغيرها من وسائل الاتصال.

كما تكمن أهمية دراسة الرأي العام في المجتمع المعاصر في مجموعة من الأسباب والعوامل والمحددات التي تتفاعل وتتكامل فيما بينها.

حتى ترسم الإطار السياسي والاجتماعي للبيئة الواقعية للرأي العام، ودراساته بأبعادها الاقتصادية ومتغيراتها الثقافية والتكنولوجية تؤكد في مجملها أهمية الرأي العام ودراسته والتعرف على اتجاهاته ومراقبتها. (د.نزهة حنون، 2023، ص 40).

مراحل توجيه الرأي العام وإعداده:

غالبا ما تقوم الجهات التي توجه الرأي العام بالخطوات والمراحل الآتية لتستكمل عملية إعداد الرأي العام إزاء أمر معين، وغالبا ما تكون هذه الخطوات باتجاه الإقناع والتأييد لخطوة أو موقف ما.

بينما عملية التنفير من موقف ما تمر بمراحل أقل حدة وأقصر مدة، نظرا لأن ذلك يقترن بالتبشيع والتهديد والتنفير.

أما خطوات ومراحل التوجيه نحو الإقناع والتأييد من قبل الرأي العام، فهي:

- 1 – التبشير والتلويع، بحيث يكون ذلك من خلال إشارات سريعة في: أحاديث أو مقالات، أو نشرات، أو مقابلات، أو ما شابه ذلك.
- 2 – التمهيد من خلال بالونات الاختبار، أو تصريح صحفي، أو مقال، أو حديث تلفزيوني، أو الإعلانات والإشاعات الموجهة.
- 3 – التوجيه والإعلان المكثف، والإقناع المرحلي المبرمج.
- 4 – الإعلان والتنفيذ، وقياس ردة الفعل الأولية.

5 - التكريس وبسط الواقع.

6 - التقويم الظاهري:

وتعرض عبارات ومواقف التأييد والترحاب والقبول والتقويم غير الظاهري (غير المعلن): حيث يكون تقويما مدروسا ومنهجيا توضح خلاله حقيقة ردود الأفعال والمواقف.

7 - الاعتياد والمعاشية:

والإعلان عن تكوين الرأي العام، مع ما يصاحب ذلك من مظاهر القبول والتأييد ومعززات ذلك ولوازمه. وكل ذلك بما يخدم هدفا أو أهدافا عامة أو مرحلية.

وسائل التأثير في الرأي العام سلبا أو إيجابا:

تستخدم وسائل متعددة للتأثير في الرأي العام، وقد يكون بعضها مستهجنا وغريبا ، ولكن بعض الجهات الموجهة للرأي العام قد تسوغ نفسها استخدام هذه الوسائل لتحقيق أهدافها، ولا يمكن للإنسان المسلم إلا أن يقر من الوسائل ما كان يتفق مع الشرع الحنيف ووسائله الربانية الصحيحة، وينكر ما تصادم مع الشريعة السمحاء وتعارض معها.

ومن الوسائل المستخدمة ما يلي:

1 - وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، والصحف والمطبوعات والنشرات، ويلحق بذلك المسرح.

2 - وسائل الاتصالات الخلوية والسلكية واللاسلكية، والرسائل القصيرة (SMS) وما شابهها، ويلحق بذلك رسائل البريد الإلكتروني (E-mail).

3 - الإشاعة، سواء كانت الصماء أو المرحلية الموجهة.

4 - المناظرات والتسجيلات المتلفزة أو الصحفية.

- 5 – المسجد، ومن خلال الخطب والدروس والمحاضرات والعلاقات والصدقات بين المصلين، وكذلك من خلال التواصل والزيارات بينهم.
- 6 – الوعود والأعطيات، وتقديم العون والخدمات الموجهة، ويمكن أن يكون هذا بهدف المساعدة والعون بشكل مجرد.
- 7 – التضليل والتدليس، وإخفاء الحقائق أو تشويهها.
- 8 – التخويف والترهيب، ومصادرة الإرادات والتهديد.
- 9 – القهر والظلم المباشر وغير المباشر والمبطن والخفي.
- 10 – الكذب المباشر وغير المباشر، وقد يدعم ذلك بإحصاءات وأرقام ورسومات بيانية وتحليلية.
- 11 – الأحاديث والتصريحات للرموز الاجتماعيين والأشخاص الاعتباريين المؤثرين: اجتماعيا وسياسيا، وأكاديميا، وتخصصيا.
- 12 – مؤسسات المجتمع المدني، كالنقابات المهنية، والجمعيات، والروابط، والمنظمات الغير الحكومية، وجماعات الضغط والتأثير.
- 13 – التوظيف الموجه للصدمات والإخفاقات والارتكاسات على الصعيد العام، وعلى صعيد المجتمع والأمة، وكذلك للإنجازات المتميزة والإبداعات في الجانب المقابل لذلك.
- 14 – التوظيف المبرمج للمفاجآت والانعطافات الحادة على الصعيد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.
- 15 – التوعية والتثقيف، وبيان الحقوق والامتيازات الخاصة بالناس وتوعيتهم إزاءها، وكيفية الحصول عليها وكيف يجب أن تكون، وكيفية تحفيزها، وتطويرها وزيادتها،

وبالتوازي مع ذلك: التذكير بالواجبات، وكيفية أدائها والالتزام بها.

16 – تبيان مجالات الظلم والقهر والحرمان وتعريفاتها، مع التركيز على مجالات الحرية والرفاه واحترام الرأي وتقدير الذات.

17 – كشف عوامل الفساد والإفساد وتعريفها وبورها ومراكزها ومجالات عملها وأساليبها، وإيضاح حقيقتها وأسمائها وأماكن وجودها وارتباطاتها.

18 – تبيان مجالات الحرمان والعوز وكيفية معالجتها وآليات التعامل معها ضمن المقدرات المتاحة، وأن علاجها ممكن في ظل العدالة والإنصاف ووضع الأمور في نصابها الحق.

19 – التذكير الدائم، والتوعية المرحلية المدروسة، وإضفاء الحيوية الدائمة على ذاكرة المجتمع، وبث الوعي والمعلومة الدقيقة والصحيحة.

20 – بث معاني العدالة والإنصاف، وتحري الدقة والعدل والمنطق، وتحفيز مستوى الإدراك والوعي الاجتماعي ضمن منهجية علمية وعملية متدرجة.

ويمكن أن يكون ذلك عن طريق المؤسسات المتخصصة والعلماء والخبراء والمتخصصين وذوي الخبرة والحكمة. (د. سناء محمد الجبور، 2010، ص72).

العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:

هناك عدة عوامل تتفاعل ديناميكيا وتؤدي إلى تكوين الرأي العام من خلال تأثيراتها المتداخلة والمتعددة، خاصة وأن الرأي العام لا يتم نتيجة إضافة أو جمع هذه العوامل وإنما نتيجة تفاعلها، فالرأي العام يتكون نتيجة لقيام وجهة نظر المجتمع أو اتجاه مشترك حول مسألة تهمة.

ويتم اتخاذ هذا الموقف عقب مناقشة أوجه النظر في الأمر، هذه العوامل الكثيرة والمتشابهة والمتنوعة تتفاعل مع بعضها البعض من خلال علاقة التأثير والتأثر المتبادلة، ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

العوامل الفسيولوجية والوظيفية:

هي عبارة عن خصائص جسمية وعقلية وانفعالية، فهناك صفات وسمات جسمية تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره، كالمريض الذي تكون أفكاره عليلة وقد تكون نظرتة إلى الحياة متشائمة مثل الأبحاث التي أجريت في علم النفس حول حياة الفلاسفة المتشائمين لمعرفة الأسس الصحية والعقلية لحياتهم التشاؤمية.

ومن الدراسات الهامة أيضا بحث تأثير العصارات المعوية وفصائل الدم وأثرها على شخصية الإنسان، كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التي عني بها علماء الجريمة أمثال " لومبروزور " .

وقد اتضح أخيرا أن ما تفرزه الغدد الصماء من هرمونات تؤثر تأثيرا مباشرا على نفسية الفرد، فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية يصبح الفرد متوترا وقليل الاستقرار وسريع الغضب (أحمد غ، 2002، ص 149).

فعوامل الوظيفة الفسيولوجية تشكل أهمية بالغة في تكوين السمات العامة، العقلية والجسمانية للأفراد، ونوعية تحليلاتهم وتقلبهم ومناقشاتهم للقضايا، والمشكلات والظواهر المرضية التي يواجهونها من الناحية الفردية أو الجماعية أو المجتمعية.

وتعتبر عمليات دراسة الشخصية والنواحي العقلية مثل الذكاء من الدراسات الهامة التي تظهر مدى توافق الأفراد وتكوينهم الاجتماعي والثقافي في المجتمع.

نتيجة لثمتعهم بقدرات فسيولوجية ووظيفية سليمة ، لهذا نجد أن علماء الاجتماع يؤكدون على أن العقل السليم في الجسم السليم.

كما أجريت دراسات تؤكد وجود علاقات سليمة بين المجرمين وتكوينهم الجسماني والعقلي، وما تفرزه بعض الغدد الصماء من هرمونات معينة تؤثر على نفسية الفرد وأعصابه، وحوث الكثير من عمليات التوتر والإجهاد والغضب السريع وغيرها من المظاهر غير الطبيعية التي تقترن بالنشاط الفردي ووظيفته في الحياة الاجتماعية.

كما اهتم علماء نظريات القيادة بتفسير العلاقة بين دور القيادة ونجاحها ومدى تمتع شخصية القيادة بخصائص فسيولوجية ووظيفية (عقلية ونفسية) تجعله قادرا على القيام بالدور القيادي، خاصة أن القيادة تعد من أهم العناصر المكونة والمشكلة للرأي العام .

والتاريخ يعكس لنا الكثير من دورها في تكوين الآراء وجمع الجماهير حولها ، والسيطرة عليها، وتوجيهها وتغيير أفكارها بصورة كبيرة (الرحمن، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، 2002، ص 249، 248).

العوامل النفسية:

إلى جانب العوامل الفسيولوجية والوظيفية التي ما هي إلا عوامل وراثية، في غالب الأحيان نجد هناك عوامل نفسية أخرى تؤثر في تصرفات الأفراد وسلوكياتهم ، فقد يكون الإنسان متصفا بالجبن، لأن غريزة الخوف قوية لديه والأمر نفسه بالنسبة لغريزة حب الاستطلاع أو الفضول أو السيطرة.

حتى إن طبيعة الفرد في نظر علماء النفس هي محصلة الغرائز الفطرية من حيث تعادلها أثناء الحياة والظروف التي تمر بها وفق المبدأ القائل بأن الاستعمال يقوي أي وظيفة، وعدم الاستعمال يضعفها.

فإذا لم تتوازن أي غريزة مع الغرائز الأخرى فإن ذلك يؤثر على سلوك الفرد وتصرفاته. وتلعب الأهواء دورا بالغ الأهمية، هي بلورة الرأي العام حسب الظروف السائدة ففي غمرة

الحرب مثلا يتقبل الناس الآراء ويعتقدون صحتها وأهميتها.

بينما يشكون في أوقات السلم ، وفي الأوقات العادية يتأثر أيضا الرأي العام بأفكار لا شعورية دون أن يعرف الناس ، فاللاشعور يؤثر في توجيه أفكارنا وآرائنا بصدد عمل أو حادثة أو فكرة وذلك تبعا لخبرتنا السابقة وما مر بنا من انفعالات وصددمات.

فالرأي العام ما هو إلا محاولة لتحقيق أمر ما بوسائل ناقصة، أي بطرق غير مستكملة، ومعنى ذلك أن صاحب الرأي لا يتأكد لديه الرأي العام إلا بموافقة الآخرين عليه.

لذلك نرى في نفس صاحب الرأي شيئا من القلق أو التناقص فهو يخشى دائما أن يكون مناظره صاحب الحق. (أحمد غ، 2002، ص 150، 149).

والرأي العام للجماعة يتكون من مجموعة آراء وأفكار وتصورات الأفراد وردود أفعالهم نحو المشكلات والقضايا التي تخصهم، كالمصالح الفردية التي تتشكل منها بعد ذلك المصالح الجماعية والمجتمعية.

كما تتكون هذه الآراء من خلال انطباعات وشعور الأفراد وأهوائهم و ميولاتهم وعواطفهم وغرائزهم، وكيفية التعبير عنها بصورة مثلى وصحية بعيدا عن عناصر التعبير غير السوي.

كما قد تتكون آراء الأفراد وانطباعاتهم نتيجة عوامل الدوافع اللاشعورية والشعورية ، مثل الكبت والكراهية والحقد والرغبة في الانتقام.....الخ.

وغيرهم من العوامل السيكولوجية التي تؤثر في عمليات تكوين الرأي العام الفردي والجمعي والذي يلعب دورا أساسيا في تكوين وتشكيل رأي الأغلبية من الجماهير (الرحمن، سوسولوجيا الإعلام والاتصال، 2002، ص 204).

العوامل السياسية:

إن الأوضاع السياسية القائمة في أي دولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها ، فإذا كان النظام قائما على الدكتاتورية والاستبداد بالرأي والاستعلاء على الجماهير ، فإن هذا حتما يؤدي إلى سلبية الرأي في الدولة.

إذ يحل محله الخوف والسخط العام، أما إذا كان النظام السياسي ديمقراطيا فإن تأثيره سيكون فعالا في تكوين رأي عام إيجابي قوي. (أحمد غ.ص 204).

فهذه العوامل السياسية تعتبر من أهم العوامل التي تعكس عملية السماح لظهور الرأي العام أو عدمه، وما يعرف عموما بتأثير النسق السياسي الموجود في المجتمع، فطبيعة النظام الحكومي والأحزاب السياسية.

ومشاركتها في الحكم وممارسة السلطة وجماعات الضغط، وعمليات الانتخاب والتصويت والمشاركة السياسية، والديمقراطية والحرية وغيرها.

تلعب دورا أساسيا في تكوين الرأي العام وتشكيله، فوجود حرية التعبير عن الرأي والكلمة خير دليل على وجود صحافة حرة، وحرية العمل وحرية الاتصال وعقد الاجتماعات والمظاهرات والتعبير عن الرأي بأي صورة من الصور التي تعكس في مجملها مدى دورها في تكوين الرأي.

وهذا ما يظهر في المجتمعات الديمقراطية، أما المجتمعات الديكتاتورية أو التي تتميز بالطغيان وقيم الفرد المستبد فلا تسمح لوجود هذا النوع من الرأي العام.

وتفقد الجماهير والشعوب إحساسها بالانتماء والولاء. (الرحمن ، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، ص 247، 248).

العوامل الاقتصادية:

يتعرض الرأي العام في أي دولة إلى انقسامات خطيرة إذا كان هناك تفاوت كبير في توزيع الثروة، كما يؤدي الاختلال الاقتصادي إلى حدوث أزمات كثيرة داخل الدولة مثل البطالة والمجاعة والتضخم وندرة الإنتاج .

ويؤثر هذا كله تأثيرا خطيرا في اتجاهات الرأي العام في الدولة، حيث تجعله متذبذبا وغير قادر على تبني موقف موحد اتجاه هذه الأزمات.

بالإضافة إلى سيطرة رأي الطبقة المهيمنة على وسائل الإنتاج التي تعمل كل ما بوسعها لفرض رأيها على الطبقات الأخرى ، حتى وإن لجأت إلى طرق غير أخلاقية.

العوامل الثقافية:

الثقافة من العوامل الرئيسية التي لها تأثير كبير على شخصية الفرد وشخصية الأمة، لأنه كلما كان التراث الثقافي والاجتماعي صحيحا كان الرأي العام المتكون واقيا وسويا. فالثقافة تمثل مجمل العادات والتقاليد والأعراف والقوانين ورموز الاتصال والدين، وأساليب الحياة التي تنظم حياة الإنسان في بيئته الاجتماعية التي يعيش فيها.

كذلك تلك المنتجات التكنولوجية التي ابتكرها واخترعها الإنسان على مر العصور، والتي تؤثر في حياته إذن فالثقافة تتدخل في تكوين شخصية الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية.

حيث يكتسب من خلال الثقافة فكره واتجاهاته وقيمه، وإذا كان الرأي العام هو اتجاه الجماعة نحو قضية أو مشكلة أو مسألة معينة ، فإن هذا الاتجاه يعبر عن مجموعة الاستعدادات العقلية والنفسية الناتجة عن الظروف والخبرات والتجارب التي مرت بالفرد ومن خلال ذلك يتبين لنا أن الثقافة من أخطر العوامل المؤثرة في الرأي العام اتجاه موضوع معين .

من خلال ما تتضمنه من أفكار ومعتقدات وأيديولوجيات، خاصة أن الثقافة تقاوم التغيير والتعديل بشدة، الأمر الذي يمكننا أن نقول إنه رأي عام دائم أو طويل المدى وصعب التغيير والتعديل (أحمد م، دس، صفحة 202).

ومفهوم الثقافة كما حددها " تايلور " هي ذلك الكل المعقد الذي يتكون من العادات والتقاليد والقيم والنسق والأخلاق والدين والقانون.

وكل ما يكسبه الفرد في المجتمع باعتباره عضوا فيه، فهذا المركب الثقافي يلعب دورا أساسيا في تشكيل آراء الأفراد وثقافتهم واتجاهاتهم، وتكوينهم وجهات نظر محددة حول القضايا والمشكلات والظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تخصهم وتتداخل مع مصالحهم الفردية أو الخاصة.

والاجتماعية العامة الوقت نفسه، كما تؤثر أيضا في مستويات التعليم ودرجة الثقافة في عمليات تكوين الرأي العام وتشكيله لردود أفعال الأفراد وسلوكهم ومواقفهم في القضايا التي تثار حولها المناقشات والجدل في مجتمعاتهم وبيئاتهم (الرحمن، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، 2002، الصفحات 146-147).

التربية الروحية والدينية:

للإسلام في حياتنا النفسية والاجتماعية أثر بعيد وعميق في تكوين الرأي العام، والآداب الإسلامية تعتبر إحدى المحددات الرئيسية لسلوك الإنسان المسلم، بحيث يعطيه خصائص مميزة، كما أن أغلب أمور السلوك والعادات والأخلاق تخضع للأحكام الإسلامية. (سفاري، 2003، صفحة 117).

الزعماء والقادة:

يعتبر القادة من العوامل الهامة في تكوين الرأي العام ومعرفة اتجاهات ومشاعر وأحاسيس

ال جماهير، وبالتالي فإن قادة الرأي العام هم الأشخاص القادرين على التعبير عن الاتجاهات والقيادات الفكرية السائدة بين الجماهير.

وحيثما تتوفر هذه الخصائص في القائد فإنه يصبح أداة قوية وفعالة في تغيير اتجاهات الجماهير والتأثير فيهم، وتكوين الرأي العام الذي يؤيد القضايا التي يدعو إليها.

خاصة وأن هؤلاء القادة يتمتعون بصفات وسمات كاريزمية، من تقدير ومهابة في نفوس الشعب أو الجماعة، مما يجعلهم يستطيعون التأثير في الرأي العام وفي تكوينه وتوجيهه. (أحمد م، دس، صفحة 203).

فمن المفترض أن الآراء تتشكل بواسطة صفوة من المجتمع ومن ثم تنتسب هذه الآراء من طبقة اجتماعية إلى أخرى، حتى تتشابه آراء المجتمع مع آراء الصفوة التي تتربع على قمة بناء المجتمع المحلي.

وتؤكد الدراسات المتعلقة بالانتخابات على وجود ما يسمى بالقيادة الأفقية للرأي، حيث إن لكل طبقة اجتماعية قادة رأي ينتمون إلى هذه الطبقة نفسها بمعنى آخر تخلق كل طبقة الأشخاص المؤثرين بالنسبة لها.

إن قائد الرأي عنصر استراتيجي من عناصر صياغة آراء الجماعة، فهو الأكثر وعياً بأفكار أعضاء الجماعة فيحاول التعديل والتوفيق بينهم، كما يعمل على إعانة ومساعدة أعضاء الجماعة على تحقيق مكانة في النسق الاجتماعي الكلي.

وتوصيل قيم ومتطلبات هذا النسق إليهم، ومداهم بالمعلومات التي تعينهم على فهم ما يدور في المجتمع وفي الاتصال ذي الخطوتين، يمثل العنصر الوسيط الذي نطلق عليه تسمية قائد الرأي فيحصل على المعلومات عن طريق مصادر جمعية ووسائل الاتصال الجمعي لينقلها للناس بتأثير وفعالية.

كما أن القادة والزعماء بحكم تفانيهم في خدمة الجماعة وإخلاصهم لها يستطيعون التأثير في الجماهير وتكوين الرأي العام.

فالقادة نتيجة لما يتمتعون به عادة من ثقة اجتماعية وتقدير لدى الأفراد، تكون ذات أثر ونفوذ في تكوين الرأي العام. (سفاري، 2003، ص 117 - 118).

التنشئة الاجتماعية:

يولد الطفل ويكاد يكون عقله صفحة بيضاء لا يميز، بل ولا يعرف الصواب من الخطأ، ولا يعرف شيئاً عن النظم الاجتماعية المختلفة.

ولكن عن طريق تفاعله مع الأسرة أو عن طريق أوامر ونواهي الوالدين، وتأثير الجماعات الأخرى كالمدرسة والأصدقاء، يكسب قيماً واتجاهات وأفكاراً تصبح جزءاً من مكونات شخصيته.

وهذه المكونات هي المسؤولة عن عملية التنشئة الاجتماعية، أو التطبع الاجتماعي، وهي باختصار العملية التي يتحول بها الطفل من شخص همجي أناني فردي إلى عضو في المجتمع الإنساني.

يتطبع بمعاييره وقيمه، ولا شك أن القيم والاتجاهات والأفكار تصبح إطاراً لسلوكه وأفكاره وآرائه، فالإنسان عادة يسير على ما تعلم من والديه، ومن مدرسته، ومن مجتمعه، فالفرد الذي ينشأ في أسرة متدينة يصبح متديناً وتتأثر آراؤه مدى الحياة بهذا الاتجاه. (الله 2008، ص 318).

التربية والتعليم:

إن الدور الذي تلعبه التربية والتعليم لا يقل أهمية عن سابقه، فالمؤسسات التعليمية تعتبر المنبع الثاني الذي يتلقى من خلاله الفرد المقومات الأساسية لشخصيته من تربية وتعليم وإعادة التكيف والتفاهم مع محيطه الذي يعيش فيه.

كما أن مؤسسات التعليم لم تعد مراكز للعلم فحسب، بل إنها أصبحت مسرحا لتبادل الآراء وصنع المواقف وتكوين الاتجاهات إزاء شتى المسائل المطروحة.

ولا سيما إذا تعلق الأمر بالجامعة التي تعتبر في العصر الحديث نواة حقيقية في تكوين النخبة المثقفة والواعية، كما أنها تعتبر منبرا مفتوحا على كل الآراء التي تتفاعل فيما بينها صانعة رأيا عاما معيناً (سفاري، 2003، ص 120-121).

فالتعليم يؤثر تأثيرا كبيرا على مستقبل الرأي العام داخل المجتمع سلبا أو إيجابا وإذا وجه التعليم إلى معالجة مشاكل المجتمع وقضاياهم أسهم في تنمية ونضوج الرأي العام. أما إذا كانت الاتجاهات السائدة في التعليم قائمة على أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية، فسيكون لذلك انعكاساته السلبية على الرأي العام (أحمد م، دس، ص 203).

الشائعات:

وتشير الشائعات غالبا إلى تلك الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتبادلها الناس ويتناقلونها دون التحقق من صدقها.

ويميل الكثير من الناس إلى تصديق ما يسمعون، ثم يأخذون في ترديده ونقله، وقد يضعون له بعض التفاصيل الجديدة، والشائعات تدخل ضمن العوامل المكونة لاتجاهات والرأي العام وهي وسيلة لا تقل أثرا عن وسائل الإعلام المختلفة.

فلقد أوضحت الدراسات والبحوث العلمية لتحليل الشائعات أن هناك كثيرا من العوامل والأسباب التي تقف وراء تزويد الشائعات وانتشارها، ومنها حب الظهور، والرغبة في جذب الانتباه، وكذا الرغبة في الحصول على التأييد العاطفي.

وهناك الرغبة في التسلية والدعاية وتضييع الوقت، وكذلك هناك الشائعات التي تنتشر كرد فعل لوجود حالة من الخوف أو القلق بين أفراد المجتمع، أو لنمو بعض مشاعر الكراهية

والتنفيس عن دوافع العدوان، وكذلك التعبير عن بعض الحاجات والرغبات والآمال. (د. بدوي، 2001، ص 105).

لذلك تلعب الشائعات دورا كبيرا في تكوين الرأي العام، أو تعديله، لاسيما إذا لم تتوفر وسائل الاتصال العلنية والصادقة والموضوعية، فهي تعتمد على أخبار كاذبة أو على مزج الحقيقة بالكذب.

كما تعتمد على المبالغة والتهويل والإثارة الانفعالية، ويدخل ضمن الشائعات النكت وحملات الهمس والتشكيك وغيرها، وتستطيع الشائعات أن تضلل الرأي العام إذا لم يكن مستنيرا بالدرجة الكافية التي يميز فيها بين الصدق والكذب بين المصادر المختلفة للأخبار. (د. سعد الله، 2003، ص 20).

الشعارات:

نلاحظ أن كل حكومة جديدة أو جماعة تتخذ لها شعارا أو شعارات معينة، كالعدالة والحرية ورفع المستوى الاقتصادي... الخ فتؤدي هذه الشعارات إلى التأثير في الرأي العام وتكوينه.

المصالح المباشرة للجماهير:

يتأثر تكوين الرأي العام بالمصالح المباشرة للجماهير، فمن الطبيعي أن يتمسك الجماهير بالرأي العام الذي يرتبط بمصالحهم ارتباطا وثيقا ولذلك يجعل تغييره صعبا.

الإعلام والدعاية:

الإعلام هو العمليات التي يترتب عليها نشر معلومات وأخبار معينة تقوم على أساس من الصدق والصراحة واحترام عقول الجماهير، وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره، ويتم تكوين الرأي العام عن طريق دراسة الجمهور، وإعداد المادة الإعلامية الملائمة في الزمان والمكان والظروف.

أما الدعاية فهي العمليات التي تحاول تكوين رأي عام عن طريق التأثير شخصيات الأفراد من خلال إثارة دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالأخبار والتهويل فيها، وتقديم الوعود الكاذبة. فالدعاية لا يهتمها إلا تحقيق دعايات خاصة، بصرف النظر عن نوعية الجماهير وترتيبها، بل غالبا ما تعمل على تخديرها وشل قوة التفكير لديها.

فالإعلام والدعاية يعملان على تكوين الرأي العام، غير أن الإعلام أكثر ثباتا واستقرارا، لأنه يعتمد على الحقائق ومخاطبة العقل، بينما تعتمد الدعاية على مخاطبة الدوافع والانفعالات، لذا فإنها سرعان ما تفقد تأثيرها. (د. بدوي، 2001، ص 102).

الأحداث والمشكلات:

تعتبر الأحداث والمشكلات إحدى العناصر الأساسية التي يتكون منها الرأي العام، وهذا حسب تحديد التعريفات والمفاهيم التي تناولت قضية الرأي العام.

فلا وجود لرأي عام دون وجود مشكلة أو قضية أو فكرة عامة تصبح موضوع النقاش والاختلاف، وتحديد مدى أهميتها وأولوياتها بالنسبة لحاجات الأفراد والجماعات والمجتمع، فجميع هذه المشكلات والأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي واجهت المجتمعات الحديثة، هي التي كونت حولها رأيا عاما .

فعمليات تغيير القوانين والتشريعات الاجتماعية والثقافية، والإصلاح السياسي عموما لم تظهر من فراغ بمقدار ما جاءت نتيجة لنمو حركة الرأي العام وزيادة قوة تأثيره.

فتزايد الرأي العام حول مشكلات العنصرية في كثير من دول العالم وخاصة جنوب إفريقيا هو الذي أدى إلى تغيير نظام الحكم بها، وجعله في أيدي الأغلبية السوداء بزعامة " مانديلا " الخ.

فالحوادث والمشكلات تؤثر تأثيرا كبيرا في تكوين الرأي العام، فهو يتكون على مستوى

الحي أولاً أو المدينة، كأن يطالب أفراد حي معين الحماية والرعاية من طرف رجال الشرطة والأمن بسبب تفشي الاعتداءات فيه، وحدث بعض الأحداث الهامة كالمؤتمرات والقمة العربية ووفاة زعيم... يعقبها تكوين رأي عام محدد يرتبط بهذه الأحداث.

ومن هنا تبدو مدى استجابة الرأي العام للأحداث الهامة وقدرتها على تحويل الاتجاهات ، كما يمكن النظر إلى الحملات الإعلامية على أنها تحقق نوعاً من الأحداث بالنسبة للرأي العام حيث تؤثر في تشكيله ليساير اتجاه هذه الحملات وتلك البرامج.(د.بدوي، 2001، ص 105).

وسائل الاتصال:

فلا يمكن فهم الواقع المتغير للرأي العام بالاعتماد على مضمون وسائل الاتصال الرسمية وحدها، وإنما هناك الحوارات الشخصية والمناقشات المتبادلة والندوات والمؤتمرات والمحاضرات.... الخ والتي تلعب دوراً هاماً في هذه العملية.

ووسائل الإعلام والاتصال على اختلافها تلعب دوراً هاماً وفعالاً في التأثير على أعضاء المجتمع وتوجيههم اتجاهها معيناً، إلا أنها لها ارتباط وثيق ببناء المجتمع ككل، وتتأثر تأثيراً مباشراً بالأوضاع الثقافية والسياسية والاجتماعية السائدة فيه، حيث تتداخل جميع هذه العوامل في رسم سياسة اتصالية تؤثر على الرأي العام.

فالتعبير عن الرأي العام من جهة ومحاولة تغييره وتوجيهه وتعديله والتأثير فيه، أو حتى تكوين رأي جديد لا يتم إلا عن طريق الإقناع الذي يتم من خلال عملية الاتصال الفعال المؤثر، الذي يتبنى نظرة شمولية ويحاول التأثير من خلال إعطاء مسافة لحرية الفكر، لأن الرأي العام هو إبداء رأي موحد يتضمن قدراً من الحوار الحر الذي يسمح بوجود قدر من حرية التعبير.

وحرية إبداء الرأي مما يؤدي إلى محاولة الوصول إلى الحد الأدنى من الاتفاق حول موضوع معين أو قضية ما.

فالرأي العام يستلزم بالضرورة إثارة الجدل والحوار والمناقشة فيما يساعد على تنمية وعي الجماهير، حيث تمثل المناقشة الحرة مناخ الرأي، ويثمر عن ذلك رأي عام وليد التفاعل لتلك الآراء والأفكار.

كل هذا يؤكد العلاقة القوية بين الرأي العام وحرية التعبير، وقدرة وسائل الاتصال على ترجمة ونقل آراء الجماهير .

وفتح دائرة الحوار والمناقشة التي تشكل الرأي العام وتوجيهه، والتعبير عنه بالرغم من أنها لا تعبر عنه في بعض الظروف والمواقف .

كما أن ما تبثه من المضامين الإعلامية يعتبر عرضة للنقد أو الرفض أو التأويل في كل وقت، وذلك بواسطة قادة الرأي غير الرسميين.

لأن هناك وسائل وطرق وأساليب مختلفة تتحكم في تفاعل الفرد مع المادة الإعلامية التي يتلقاها من وسائل الإعلام والاتصال، فالأشخاص يتعرضون للوسائل التي تتوافق مضامينها مع الرأي الذي يؤيدونه.

وبالتالي هنا ليس تغيير الرأي وتكوينه بقدر ما هو تعزيزه للرأي المتبني، أو على الأقل تدعيمه، أما الوسائل الاتصالية المخالفة لأرائهم فإنهم يقابلونها بالانصراف عن التعرض لها أو السخرية منها، أو النقد العنيف القائم عن الدراسة والفهم والتحليل العميق في بعض الأحيان.

وبالتالي العلاقة بين وسائل الاتصال والرأي العام هي علاقة تفاعل وتكامل واعتماد متبادل، أي علاقة تأثير وتأثر في الوقت ذاته، فالرأي العام يلعب دورا هاما في توجيه وسائل الاتصال نحو الاهتمام بمواد معينة.

ويعكس ذلك عملية التفاعل الديناميكي بين الرأي وأساليب الاتصال المختلفة، وكذا درجة الإقناع ومحاولة الوصول إلى فكر مشترك يعبر عن الرأي العام السائد.

ذلك الحوار الذي يعبر عن الوعي الثقافي والاجتماعي في المجتمع والنتائج عن ظروف اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية، مشكلة ما يطلق عليه بيئة الرأي العام الذي يعكس طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع.

وتقوم بدورها كهيئات أو أدوات للتغيير الاجتماعي ، خاصة إذا كانت مضامينها تتفق مع قيم وتوجهات الأفراد ودوافعهم وبعض جوانبهم الشخصية، فهي تلعب دورا هاما في تعبئة الرأي العام اتجاه موضوع معين من خلال تزويده بالمعلومات الصحيحة في الوقت المناسب ونشرها لتكوين رأي مؤيد أو معارض .

وتلعب دورا أيضا في تصعيد الاهتمام بموضوعات معينة من خلال جلب الانتباه إليها ، وطرح النقاش حولها ، والذي يشكل المرحلة الأولى من مراحل تشكيل الرأي العام ، ثم إبرازها كأحدى أولوياته.

وهذا ما يؤكد قدرتها في التأثير على الرأي خاصة إذا لم تكن لدى الأفراد معلومات حول الموضوع ، وبالتالي يكون الأفراد في حالة مستقبل جيد غير مقاوم لأي معلومة، خاصة إذا لم تتح أمامه أية مصادر أخرى للمعلومات حول الموضوع.

وهي عملية غير عشوائية وإنما منسقة ومحددة بأهداف ومدى زمني محدد، الأمر الذي يخلق بيئة الرأي العام المتأثرة بوسائل الاتصال، فدرجة تأثيرها تختلف باختلاف تأثيرها على الأفراد، ودرجة تغلغلها في حياتهم.

بالإضافة إلى سهولة المادة الإعلامية التي تقدمها لهم، والذي لا يتوقف على التأثير المباشر في اتجاهات الرأي، وإنما يقتصر في أغلب الأحيان على تهيئة وتكييف الجمهور العام.

بحيث يصبح مرنا بالقدر الكافي لاتخاذ آراء اتجاه مواضيع وقضايا معينة. (د، منصور، 2000، ص 69، 75).

فوسائل الاتصال هي مرآة الرأي وغذاؤه، حيث يرى علم الاجتماع بأن الاتصال عملية اجتماعية وضرورة من ضروريات استمرار الحياة الاجتماعية ذاتها التي تخدم وظيفة التكامل الاجتماعي وربط الناس بدرجات متفاوتة.

وكل هذا يوضح التلازم التاريخي بين ظهور الرأي العام ووسائل الاتصال المختلفة، لاسيما في بداية العصر الحديث.

حيث أصبح الكثير من الزعماء والقادة السياسيين وقادة الرأي العام يهتمون بدور وسائل الاتصال الجماهيري كالصحافة باعتبارها السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والقضائية والتنفيذية، لأنها تستطيع أن تمارس دور الرقيب والسيطرة على الكثير من الممارسات الحكومية وعلاقات الأفراد بالدول والجماعات، وتحدد الوظيفة الايجابية أو السلبية لدور هذه المؤسسات في المجتمعات وفعاليتها في تكوين الرأي العام وتشكيله. (د. الرحمن، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، 2000، ص، 151 – 152).

أنظر المرجع ل(د. نزهة حنون، الرأي العام والوسائط الجديدة، 2023، ص 28-40).

عوامل تشكيل الرأي العام:

يتشكل الرأي العام بناء على التفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية خلافية أو موضوع جدلي تتعارض فيه الآراء.

فالرأي العام هو عملية التفاعل التي تحدث بين أفراد مجتمع ما، حول إحدى القضايا المطروحة، بحيث يتكون رأي الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين جميع المواقف.

ويتفق باحثوا الاتصال والرأي العام على أن الرأي العام، يتسم بصيغة اجتماعية،

باعتباره حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف للأفراد والجماعات، تتصل اتصالا مباشرا بالعوامل الحضارية والثقافية والدينية، إزاء شأن يمس النسق الاجتماعي، كأفراد وتنظيمات ونظم.

وتؤثر في تشكيل هذا الحكم (الرأي العام) عمليات الاتصال تأثيرا نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة على النطاق المحلي والوطني والقومي والدولي.(عبد القادر خليل، 2003، ص 84).

ومثلما اختلف باحثوا العلوم الإنسانية المختلفة بتحديد مفهوم الرأي العام، اختلفوا حول كيفية تكوينه وعوامل تشكيله، ففي الوقت يركز فيه باحثوا الاتصال على أهمية الدور الإعلامي في تشكيل الرأي العام.

يركز باحثوا العلوم السياسية على أهمية الحرية والديمقراطية والوعي لطبيعة الصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في تشكيل الرأي العام.

بينما يركز الاجتماعيون على أهمية حصيلة الخبرات الاجتماعية السابقة لدى الأفراد ودور النسق القيمي الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

أما علماء النفس المهتمون بدراسة الرأي العام، فيركزون على أهمية مفاهيم التوافق الاجتماعي وسعي الأفراد نحو القبول من الآخرين كمتغيرات تؤثر في تشكيل رأي الأفراد تجاه القضايا المطروحة.

وقد حدد الباحثون والخبراء عدة عوامل تؤثر في تكوين الرأي العام مثل: الجماعة، الدين، والعادات والتقاليد، الأسرة، التنشئة الاجتماعية، الثقافة، طبيعة النظام السياسي، النظام التعليمي، وسائل الاتصال والزعماء والقادة.

وهذه العوامل تتفاعل مع بعضها بعضا تفاعلا ديناميكيا، بحيث يؤثر كل عامل منها في

الأخر ويتأثر به، وتمثل بمجموعها قوى فاعلة، لا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة تساهم في تكوين الرأي العام وتشكيل صورته المختلفة.

المحاضرة الخامسة: عوامل تشكيل الرأي العام

أولاً: الجماعة:

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

وتختلف تعريفات الجماعة اختلافا كبيرا، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل هي: أننا نحيا في جماعات متعددة، كالأسرة والرفاق وزملاء العمل وأهل الحي، وتختلف هذه الجماعات في حجمها وأنشطتها ومدة بقائها ودرجة تنظيمها.

ويستخدم لفظ الجماعة ليدل على عدة معان منها: مجموعة من الناس يجلسون معا أو يسيرون معا، أي أن الخاصية المميزة للجماعة في هذه الحالة هي التجاور المكاني، بغض النظر عن الهدف الذي يسعى إليه أعضاؤها. (أنتوني جيدنز، 2002، ص 33).

والجماعة هي مجموعة من الناس تجمع بينهم خاصية مشتركة، مثل جماعة المدرسين والمهندسين والأطباء، أي يستخدم لفظ الجماعة على هذا النحو للتصنيف.

وتعرف الجماعة أيضا بأنها: أعضاء تنظيم معين يشعر أفرادها بالانتماء إليه والإخلاص له، مثل أعضاء حزب أو نقابة معينة، والجماعة هي وحدة تتكون من مجموعة أفراد يشكلون تصورا مشتركا عن وحدتهم، ويكون في قدرتهم التصرف كوحدة واحدة إزاء بيئتهم.

والجماعة أيضا جمع من الأفراد يكون تجمعهم فائدة تعود عليهم، أي أن العامل الأساسي لقيام الجماعة هو إشباع حاجة أعضائها.

فالتاجر ينضم لعضوية الغرفة التجارية، التي تدافع عنه وتحقق له بعض رغباته، وينضم

العامل لنقابة العمال والمهندس لنقابة المهندسين، لأنها تعبر عن مطالبه وتسعى للمحافظة على حقوقه.

والجماعة وحدة اجتماعية تتكون من مجموعة من الأفراد يتفاعل بعضهم مع بعض، وتقوم هذه الوحدة بوضع القيم والمعايير التي تنظم سلوك أعضائها فيما يختص بشؤون الجماعة على الأقل، وبناء على هذا التفاعل تتميز الجماعة عن أي جماعة أخرى.

ونستخلص مما سبق أن الجماعة هي: مجموعة من الأفراد يتفاعلون مع بعضهم بعضا تفاعلا بناء ، بحيث يؤثر كل منهم في الآخر، ليحققوا أهدافا خاصة وعمامة ، مع مجود روابط متعددة بينهم.

ومن العوامل التي يتأثر بها الفرد من داخله اتجاهاته وآراؤه نحو الموضوعات المختلفة، ما يشكل سلوكه وتصرفاته، وكذلك تتأثر الجماعات بما يتصف به أعضاؤها من خصائص وسمات.

لأن تلك الخصائص تعمل بمثابة منبهات تؤثر في استجابات هؤلاء الأعضاء وفي الخصائص الإجرائية للجماعة، وهذا يشكل البيئة الشخصية للجماعة.(حامد زهران ، 1977، ص 112)

ومن العوامل التي يتأثر بها الفرد طبيعة العلاقات الدائرة بينه وبين أعضاء جماعته، وكذلك تتأثر الجماعة بالعلاقات الدائرة بين أفرادها، ما يؤثر في جاذبية تلك الجماعة لأعضائها وفي الانسجام والترابط بينهم، وهذا يشكل البيئة الاجتماعية للجماعة.

للجماعة أهمية كبيرة في حياة الفرد، ففي الأسرة ينمو، وفي الفصل يتعلم ومع الأصدقاء يلعب ، ومع الزملاء يعمل ويكتسب الفرد إنسانيته من خلال تعامله مع جماعات مختلفة من بني جنسه.

وتبدو أهمية الحياة داخل الجماعة في إشباع حاجات الإنسان المختلفة فالشخص يحتاج إلى من يغذيه ويرعاه ويتقبله ويشعره بالدفء العاطفي، كما أنه يحتاج إلى من يقدره ويشعره بالنجاح، فيفرح لفرحه ويشاطره أحزانه عند فشله.

وقد بينت الدراسات أن الإنسان إذا ما تعرض لمواقف مزعجة، تزداد حاجته للجماعة ليشعر بالأمن والاطمئنان.

ولا تقتصر أهمية الجماعة على إكساب الشخص إنسانيته أو إشباع حاجاته الفسيولوجية والاجتماعية، بل هي ذات أهمية كبيرة في تحقيق ما يصبو إليه من أهداف.

وتبادل الفكرة بين الفرد والآخر من أعضاء الجماعة في إطار من التفاعل الاجتماعي بين الأفراد يؤدي إلى الإحساس بالرابطة والتعاطف ونمو الشعور الجماعي، وإحساس الفرد بأهمية عضويته في الجماعة، والإحساس المتزايد نحو الشعور بالأمن والطمأنينة.

وإذا كان للجماعات أهميتها للأفراد، فإن أهميتها للمجتمع أكبر وأعظم، فما المجتمع إلا العديد من الجماعات مهما اختلفت مسمياتها.

فالأُسرة - هي الخلية الأولى للمجتمع - ما هي إلا جماعة أولية، والمدارس ودور العبادة والمصانع إنما هي نتاج لجهود الجماعات، والحركات الاجتماعية ما هي إلا جماعات تسعى نحو تحقيق تغيير اجتماعي، وما البلد والمدينة والوطن إلا ثمرة جهد الجماعات على المستوى الصغير والكبير.

ثانياً: الدين:

يمارس الدين - بوجه عام - رقابة على ممارسات الأفراد والجماعات في مختلف مناحي الحياة، بما ينظمه من عبادات ومعاملات وأخلاق وعقائد تستمد قوتها من التشريع الإلهي، مما يجعل الجماعة، تستند في إطلاق سائر أحكامها على القضايا والمواضيع والمشكلات،

على القيم الدينية كمعايير ترجع إليها عند إصدار الرأي في كل ما يواجهها من مسائل سياسية واجتماعية واقتصادية. (محي الدين عبد الحليم، 2008، ص 157).

وتعمل القيم الدينية كدوافع أو مثيرات لسلوك الجماعة في المجتمع، إذ يشكل الدين في كل المجتمعات الإنسانية، أداة مهمة للتأثير على آراء الأفراد وسلوكهم.

ويلعب دورا في تكوين الرأي العام وبلورة اتجاهاته، ويساهم الدين بتعاليمه وتقاليده في إثبات الرأي داخل الجماعة أو تغييره، لذلك من الصعوبة إقناع الإنسان الذي يتمسك بمعتقداته الدينية الراسخة، على قبول فكرة أو دعوة تتعارض مع معتقداته الدينية.

ويمثل الدين أحد المحددات الأساسية للرأي العام، بما يتضمنه من تعاليم وقيم وأسس أخلاقية وأوامر ونواه، فضلا عن الجوانب الروحية والوجدانية التي يشبعها في الفرد.

وكل ذلك يجعل من الدين عنصرا مؤثرا في تشكيل الرأي العام، من حيث مضمونه، واتجاهه، وقوته لاسيما إذا كان هذا الرأي مرتبطا ببعض القضايا أو الجوانب الدينية.

والمؤسسة الدينية هي ما يشبع رغبات الإنسان ويلي احتياجاته الروحية، ضمن قواعد محددة المعالم وعماد توصيل هذه المؤسسة الدينية هو الاتصال بكل أنواعه ووسائله.

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

ثالثا: العادات والتقاليد والقيم:

العادات:

العادة بالمعنى اللغوي العربي هي كل ما اعتيد حتى صار يفعل من غير جهد، وأصبح يتكرر

على نهج واحد، وتعني كلمة العادة في اللغة الانجليزية نمط السلوك المكتسب بالتكرار أو التعود أو الاستعمال المتكرر.

تعني العادة بالمعنى اللغوي الأنماط السلوكية المكتسبة عن طريق التعود والتكرار، في حين تعرف العادة في القواميس الاجتماعية المتخصصة بأنها صورة من صور السلوك الاجتماعي، استمرت فترة طويلة من الزمان واستقرت في مجتمع معين.

وأصبحت راسخة واصطبغت إلى حد ما بالصبغة الرسمية، والعادات الجمعية هي أساليب للفكر والعمل ترتبط بجماعة فرعية أو بالمجتمع بأسره. (ديفيكني ميتشيل، 1981، ص197).

ويقترّب من التعريف اللغوي تعريف ميتشيل للعادات بوصفها اصطلاحاً يشير إلى أشكال التفكير والسلوك المستقر، الذي يقوم به الفرد في المجتمع.

ويستعمل هذا الاصطلاح من قبل علماء الانتروبولوجيا الاجتماعية لوصف التصرفات الروتينية للحياة اليومية، أو الأحكام الداخلة ضمن الروتين، أو النماذج الحضارية المستمدة من التصرفات المتكررة، أو الطبيعة المميزة لكل الحضاري.

العادات ظاهرة اجتماعية تتعلق بأفعال الناس، ويشق وجودها من الفطرة الاجتماعية، فهي ضرورة اجتماعية تصدر عن المجتمع، وهي تلقائية لا تصدر عن سلطة معينة تصنعها وتنفذها وتسهر عليها، وإنما دعوماتها قبول الناس لها.

فتبادل خطابات وبرقيات التهاني والمواساة، والاحتفال بالأعياد والمواسم وما إلى ذلك، كلها أفعال تلقائية، لا توجد سلطة رسمية تفرضها علينا، وإنما تدفعنا إلى ممارستها سلطة المجتمع القائمة على قبول الناس لها.

ومن ذلك يتبين أن العادات هي مظاهر سلوكية متفق عليها بين أفراد المجتمع وتنقسم إلى:

أ - عادات فردية سلوكية:

وهي ما يطلق عليه كلمة Customs ، وهي أنماط سلوكية متكررة يتصرف الفرد بمقتضاها على نحو خاص، حتى تصبح ممارسته لها لاشعورية، ولا يمثل الخروج عليها ضررا للمجتمع ، وهي في الأغلب متعلقة بطرق إشباع حاجات الفرد البيولوجية من مأكّل ومشرب وملبس.

ب - عادات جمعية شائعة:

وهي القواعد السلوكية المتكررة، التي ترجع إلى المجتمع الذي نعيش فيه الفرد، وتستند هذه القواعد السلوكية إلى فكر اجتماعي، وبكثرة تكرارها تصبح أنماط سلوكية، والعادات الجمعية تنتشر أفقيا عن طريق التجاور والاختلاط.

ورأسيا عبر فترة تاريخية طويلة، وتصبح ممارستها ثابتة مستقرة، ومن الصعب التخلص منها .

ومثال ذلك عادات التحية وآداب المائدة، وآداب المجاملة المختلفة، وطرق تناول الطعام، وطرق الخطبة والزواج، وطرق تمثيل الأسرة في المجالس والتنظيمات الاجتماعية.

والفرق بين العادات الجمعية والعادات الفردية، هو أن الأخيرة أسلوب فردي وظاهرة شخصية، يمكن أن تتكون وتمارس في حالات العزلة عن المجتمع لسبب أو لآخر.

ويكاد الإنسان يكون مجموعة من العادات تمشي على الأرض، وإن قيمته تعتمد كثيرا على عاداته فطريقة الشخص في ملبسه ونظافته وكلامه ومشيه وأكله وشربه وما شابه ذلك، كلها عادات فردية تسهم في تقييم الفرد وتحدد درجة نجاحه في الحياة.

أما العادات الجمعية فظاهرة اجتماعية تمثل أسلوبا اجتماعيا، فهي لا يمكن أن تمارس إلا في

الحياة الاجتماعية في المجتمع، وفي أثناء التفاعل بين أفرادهِ وجماعته، ومن أهم الخصائص المميزة للعادات الجمعية، ما يتصل بها من جزاء اجتماعي توقعه الجماعة على مخالفيها. أما العادات الفردية فلا تحتاج إلى هذا الجزاء الاجتماعي وتنشأ العادات الاجتماعية في عقول الناس، وتتجسد في أفعال أعضاء الجماعة، وتنتشر عن طريق التقليد تدريجياً أو المحاولة والخطأ.

وبمرور الوقت تكتسب العادات الجمعية قوة التقاليد، لأنها تمثل طرقاً مألوفة للإنسان في عمل الأشياء، ظاهرة جوهرية لمعيشة الناس بعضهم مع بعض.

إلا أنها تربط فيما بينهم في الوقت الحاضر وتلقنهم تجربة الماضي، لأنها تنحدر إليهم من جيل إلى آخر بوصفها الطريقة الصحيحة التي يجب إتباعها.

من ذلك يتضح أن العادات الاجتماعية تعمل على استقرار المجتمع بما تفرضه من جزاء اجتماعي يقع على الفرد المخالف لها، ولذلك فهي من العوامل الجوهرية في الضبط الاجتماعي.

بناء على هذا يمكن تعريف العادات الاجتماعية بأنها الأنماط السلوكية المتكررة والمكتسبة اجتماعياً، والتي تفرضها الجماعة على الأفراد.

ويتوقع منهم أن يتبعوها وإلا تعرضوا للجزاء الاجتماعي الذي توقعه الجماعة على مخالفيها، سواء بالاستياء أو الاستهجان أو النفور والانتقام، حتى يهتدي بها الناس وتسهل معيشتهم مع بعضهم.

وإن بعضاً من العادات يكون إيجابياً ومفيداً ونافعاً للحياة الاجتماعية، إذ يؤدي إلى تعزيز وحدة المجتمع وتوثيق العلاقات بين الأفراد والمجتمع، ويمكنهم من قضاء حاجاتهم في يسر وسهولة تامة. (غريب سيد أحمد، 1995، ص 169).

2 - التقاليد:

تعني التقاليد لغويا العادات المتوارثة، التي يقلد فيها الخلف السلف، وفي اللغة الانجليزية تعني الرأي أو العادة المتوارثة من السلف إلى الخلف، فإنها في معجم العلوم الاجتماعية تعني طرائق للسلوك مستقلة في وجودها عن الفرد.

وتفرض نفسها عليه وتعين على تقوية الشعور الجمعي وتحقيق الاندماج التام بين عناصر المجتمع، إنها صنع الماضي ودعامة الحاضر، فهي حصيلة التجربة العملية للمجتمع، ومقياس مهم للنظم والقيم الاجتماعية، فيها ثقافة وحضارة، وعلم وحكمة. والتقاليد يقدسها الناس، عادة حتى وإن بدا فيها ما لم يفهم سببه وما لا يقره العقل تماما، وهي عنصر مهم في السلوك والتربية.

وتمتاز التقاليد بأمر ثلاثة:

الاستقرار والاستمرار والاحترام، فهي ثروة خالدة من ثروات المجتمع، تبسط سلطانها وتستنكر كل تصرف خارج عليها، وعليها تقوم الشرعية التي يضيفها الناس على أفعالهم. وتعني التقاليد كذلك في قاموس علم الاجتماع: أنها نمط سلوكي يتقبله المجتمع عموما دون دوافع أخرى، عدا التمسك بنسق الأسلاف.

ويربط بعض الدارسين بين التقاليد والعادات من حيث أن التقاليد تمثل العادات التي فقدت مضمونها وصوتها، وإنما يحتفظ بها الإنسان كاسم فقط يطلق على مضمون جديد.

وخلافا لذلك يرى بعض الدارسين أن التقاليد والعادات هما شيء واحد لأنهما جزء من التراث الثقافي الذي يحافظ عليه المجتمع. (عاطف غيث، 1979، ص 197).

وتتصف التقاليد بخاصية التوارث من جيل إلى جيل، والرغبة بالالتزام والتمسك بها، لأنها من أسلافنا وأبائنا الذين يورثونا إياها بوصفها نافعة ومفيدة وصحيحة.

والتقاليد عادات نافعة لأنها ترشد الناس بطريقة سهلة ومريحة إلى جميع طرق التصرف الصائبة والمناسبة في مختلف أمور حياتهم، وبذلك تهيء لهم الحياة والعمل المشترك دون إعاقة أو اضطراب.

ويرجع ذلك إلى أنها:

تمدهم بمجموعة من الأنماط السلوكية الجاهزة والمعدة من قبل لكي يتبعوها، لتسهل عليهم تحقيق حاجاتهم الأساسية من مأكّل ومشرب ومسكن وتنازل، وبذلك يستطيعون المحافظة على بقائهم واستمرارهم.

وهي تضع لهم القوانين والنظم وترسم لهم الأساليب والتصرفات التي تتيح لهم التعاون والتفاعل مع بعضهم البعض، وتعلمهم كيف يتكيفون مع المواقف البيئية المختلفة وكيف يستجيبون لهذه المواقف استجابة موحدة، تجنبهم الصراع والفرقة وتحافظ على تماسكهم.

يتضح مما سبق أن للتقاليد تأثيراً في تكوين الرأي العام لأنها تمثل مجموعة من القواعد السلوكية الاجتماعية، التي ارتضاها المجتمع، وهي تنتشر من الماضي إلى الحاضر، لتصبح تقليداً يتوارثه الخلف عن السلف.

وتوصف التقاليد بأنها أقوى في إلزامها من العادات الجمعية لرسوخها، لأنها ذات قواعد قوية في تأثيرها على الآخرين ولاستحسانهم لها، ولأنها تشعر الناس بالأمن والطمأنينة.

ويتمثل الاختلاف بين العادات والتقاليد في أن العادات الاجتماعية أنماط سلوكية ألفها الناس وارتضوها، ويسيرونها على هديها ويتصرفون بمقتضاها دون التفكير فيها، وهي تختلف من مجتمع إلى آخر، وفقاً لظروفه وخصائصه وسماته التي تميزه.

أما التقاليد فهي أنماط سلوكية ألفها الناس وتوارثوها ويشعرون نحوها بقدر كبير من الاحترام، ولا يفكرون في العدول عنها أو تغييرها.

3 - القيم:

للقيم أهميتها الكبرى في حياة المجتمعات والأفراد، فهي التي تحدد معالم الأيديولوجية أو الفلسفة العامة للمجتمع، فالقيم السائدة في المجتمع الرأسمالي تختلف عن القيم السائدة في المجتمع الاشتراكي .

والقيم السائدة في المجتمع الديني تختلف عن القيم السائدة في المجتمع العلماني، لأن القيم انعكاس للطريقة التي يفكر بها أبناء المجتمع، أو الثقافة المشتركة الواحدة.

وتعد القيم من المعالم المميزة للثقافات الفرعية داخل المجتمع الواحد، فالقيم التي تسود بين سكان الريف، تختلف أحيانا عن القيم التي تسود بين سكان المجتمعات الحضرية.

كما تختلف القيم التي تنتشر بين المراهقين عن تلك التي بين الشيوخ، فالقيم هي التي توجه سلوك أبناء الثقافة الفرعية وأحكامهم، فتحدد لهم ما هو مرغوب فيه وما هو مرغوب عنه، بل تشكل الغايات المثلى التي يسعى أبناء هذه الثقافة إلى تحقيقها.

وللقيم أهميتها في تكوين الرأي العام، لأنها مصدر لتشكيل سلوك الفرد وتعامله الاجتماعي، فهي المعايير التي يستخدمها أفراد الجماعة في الحكم على السلوك السوي وغير السوي.

كما أنها تحدد معايير ما هو مقبول أو مرفوض في المجتمع.

وتختلف تعريفات القيم بناء على المجال الذي تستخدم فيه أو تنتمي إليه (الاقتصاد، الفلسفة... الخ). وتبعا لنوع القيم ذاتها (اجتماعية، دينية.... الخ).

فللقيمة في مجال الاقتصاد عدة معان منها: ما يساويه متاع حين يستبدل بغيره في السوق، ومن ثم فهي تقدير الشخص لهذا المتاع ، أو تقدير الجماعة لما يتبادل بين أفرادها (قيمة المتاع وقيمة المبادلة).

أما الفلاسفة فيرون أن مهمة الفلسفة تستند إلى أساس قيمي، سواء في اتجاهها إلى النقد أو

الإبداع، فهي التي تبرر المبادئ، وتكشف الافتراضات، وتناقش القيم الرئيسية، ظاهرة كانت أو خفية، وراء مشكلات الثقافة السائدة بما يحتدم فيها من صراع.

وهي التي توضح معنى ذلك في حياة الفرد والجماعة، وتبين دلالاته في حاضر الثقافة ومستقبلها. وهذا من شأنه تعميق إحساس الإنسان بقيمه، ما يجعله يدعم قدرته على توجيهها نحو ما ينبغي له أن يكون.

وترى الفلسفات المثالية، بوجه عام استقلال القيم وانعزالها عن الخبرة الإنسانية، أما الاتجاه الثاني فيتمثل في الفلسفات الطبيعية التي ترى القيم جزءاً لا يتجزأ من الواقع الموضوعي للحياة والخبرة الإنسانية.

فالأشياء لا ترتبط بقيم سامية لسر كامن فيها، بل دائماً تكون قيم الأشياء نتاج اتصالنا بها، وتفاعلنا معها، وسعيها إليها، وتكوين رغباتنا واتجاهاتنا نحوها.

فالقيم من نسيج الخبرة الإنسانية، جزء لا يتجزأ من كيانها، فالأشياء ليست في ذاتها خيرة أو شريرة، صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، وإنما هذه الأحكام تصدرها نحن من واقع تأثيرنا في هذه الأشياء وتأثرنا بها.

أما العامل الآخر الذي أدى إلى اختلاف تعريف القيم، فهو اختلاف تعريف كل نوع أو فئة من تلك القيم، فالقيمة الاجتماعية هي الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما، مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير، التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك.

وهي أيضاً اهتمام أو اختيار أو تفضيل يشعر معه صاحبه أن له مبرراته الخلقية أو العقلية أو الجمالية، أو كل تلك مجتمعة، بناء على المعايير التي تعلمها من الجماعة، ووعاها في خبرات حياته نتيجة عملية الثواب والعقاب والاتحاد مع غيره أو الارتباط به.

ويتضمن مفهوم القيمة بالمعنى الاجتماعي اتخاذ قرار أو حكم يتحدد على أساسه سلوك الفرد أو الجماعة إزاء موضوع ما، ويتم ذلك بناء على نظام معقد من المعايير والمبادئ، وهذا معناه أن القيمة ليست تفضيلاً شخصياً أو ذاتياً، بل تفضيل له ما يبرره في ضوء المعايير الاجتماعية العامة.

وبناء على هذا المفهوم، ميز العلماء بين القيم الخاصة بالمجتمع القديم، الذي توده القيم التقليدية، والقيم الخاصة بالمجتمع العصري الذي تسوده القيم العصرية، وبين قيم المجتمع الريفي وقيم المجتمع الحضري.

أما مفهوم القيمة بالمعنى النفسي، فهي تنظيمات معقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشياء، أو الأشخاص، أو المعاني، سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات المتفاوتة صريحاً أو ضمناً. ويمكن تصور هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل، ويمر بالتوقف، وينتهي بالرفض. (عبد المنعم البيه، 1955، ص 33).

ويتضمن مفهوم القيمة بالمعنى النفسي تركيزه على قيم الفرد ومحدداتها المختلفة، كما يتضمن هذا المفهوم ثلاثة مقومات معرفية بوصفها أحكاماً عقلية، ومقوماً انفعالياً، من حيث امتدادها بين القبول والرفض لموضوع معين، أو من حيث تحريكها للفرد في اتجاه معين وتوجيه سلوكه الشخصي.

أما المفهوم الديني للقيم فينظر إليها على أنها عملية تفضيل على الاستقامة والاعتدال، وتنطلق أساساً من مصادر أحكام الشريعة ومعاييرها ومبادئها، وهي تحدد المرغوب فيه حالاً وتأمراً به، والمرغوب عنه حراماً وتنتهي عنه، وتعمل كدوافع أو مثيرات لسلوك الفرد أو المجتمع نحو خلق الشخصية السوية المتكاملة وتنميتها.

ويضمن المفهوم الديني للقيم، التأكيد على أنها مجموعة الصفات السلوكية العقائدية والأخلاقية التي توجه السلوك، وهي التي تصنع نسيج الشخصية وتطبعها بطابعها.

وتبنى القيم الدينية على تصور محدد للكون والخالق، وللإنسان والعقل والعلم والمعرفة وبناء على المفهوم الديني للقيم ذكر الباحثون عددا منها مثل: قيم الإيمان، والتقوى، والتعبد، والحق، والحرية، والمسؤولية.

ويتضح مما تقدم تعدد تعريفات القيم واختلافها، إلا أن التعريف الذي يمكن الأخذ به هو أنها: صفة يكتسبها شيء أو موضوع ما، في سياق تفاعل الإنسان مع هذا الشيء أو الموضوع، أو هي لفظ نطلقه ليدل على عملية تقويم يقوم بها الإنسان.

وتنتهي بإصدار حكم على شيء أو موضوع أو موقف ما، أو هي القرار الذي يصدره الإنسان لأمر ما، على دستور من المبادئ أو المعايير. (عبد اللطيف محمد خليفة، 1992، ص 111).

خامسا: التنشئة الاجتماعية:

عملية التنشئة الاجتماعية أو التطبيع الاجتماعي، هي عملية تعلم وتعليم وتربية، قوامها التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى اكتساب المرء طفلا فمراهقا فمراهقا فشيخا، سلوكا ومعايير واتجاهات ملائمة لأدوار اجتماعية معينة.

تمكنه من مسايرة جماعته وموافقته، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.

ويظهر أثر التنشئة الاجتماعية داخل المجتمع الواحد، فخصال أبناء الريف أو البدو وتصرفاتهم، تخالف نظيراتها في أبناء المدينة أو الحضر، وتختلف، كذلك بين أبناء المناطق الصناعية وأقرانهم في المناطق الزراعية.

ولما كان الفرد كائنا اجتماعيا يتفاعل مع مجتمعه، فإن عملية التنشئة الاجتماعية تشارك فيها هيئات ومؤسسات متعددة.

فالأسرة هي الجماعة الأولى التي تسهم في تنشئة الأفراد، كما للمؤسسات الاجتماعية، كالنوادي والرفاق، والدينية كالجوامع والكنائس.

والإعلامية، كالتلفزيون والصحافة والإذاعة، وإسهاماتها المؤثرة في تنشئة أبناء المجتمع وأعضائه، وصياغة أنماط سلوكهم الجمعي في حال مواجهتهم للقضايا أو المشاكل التي تقتضي اتخاذ رأي معين، حيث تفضي تلك التفاعلات إلى بلورة وتشكيل الرأي العام.

سادسا: التراث الثقافي:

تلعب الثقافة دورا مهما في تكيف الأفراد والجماعات، وتهيئتهم للقيام بأفعال، والاستجابة لأفكار معينة، تحدد أنماط سلوكهم الجماعي.

ويسهم التراث الثقافي في تكوين الرأي العام وتشكيله طبقا لما ينطوي عليه من عادات ومواقف واتجاهات ذات صفة مشتركة بين أفراد المجتمع.

يعد مفهوم الثقافة من المفاهيم المحورية في علم الاجتماع، بصفة عامة والأنثروبولوجيا الثقافية بصفة خاصة، ويشكل مفهوم الثقافة أحد الأفكار الكبرى التي ساعدت البشرية على إنجاز الكثير من التقدم العلمي والتطور الفكري.

فالثقافة مفهوم يتميز بأنه ذو طبيعة تراكمية ومستمرة، فهي ليست وليدة عقد أو عدة عقود بل ميراث اجتماعي لكافة منجزات البشرية.

لذلك فإن محاولة تعريف هذا المفهوم محاولة صعبة لأنه على الرغم من شيوع استعمال مصطلح الثقافة على ألسنة العامة من الناس، فإن المختص في دراسة العلوم الاجتماعية حينما يحاول تعريفه يجد تعريفات عديدة، في نطاق علمه والعلوم الأخرى، وكل تعريف منها يعكس وجهة نظر صاحبه، أو النظرية التي ينتمي إليها.

كما يتداخل مفهوم الثقافة مع مفاهيم أخرى، لذا نميز في البداية بين مفهوم الثقافة وكل من الحضارة والمدينة، ثم نعرض لأهم التعريفات التي حاولت تحديد مفهوم الثقافة وتعريف الشامل والمتكامل لها.

كلمة ثقافة تعني زراعة وأصبحت الكلمة تستخدم لتعبر عن زراعة الأفكار والقيم، وقال توماس مان عن الثقافة:

هي الروح الحقيقية ، بينما الحضارة هي المكننة الآلية وذهب العالم الألماني ألفرد فيبر إلى أن الحضارة هي :

المجهود الإنساني للسيطرة على الطبيعة، بينما الثقافة هي مظاهر الحياة الروحية والأخلاقية التي تسود المجتمع.

أي أن الثقافة تعبر عن المظهر الروحي للمجتمع، بينما تعبر الحضارة عن مظاهر التقدم التكنولوجي، أما المدنية فهي مجموعة الصفات الرفيعة الفاشلة، التي يستخدمها الإنسان في تصرفاته وعلاقاته مع الآخرين، فالمدنية تعني التقدم والسير إلى الأمام.

وميز ألفريد فيبر بين مفهومي الحضارة والمدينة من خلال المدينة والمجتمع والحضارة.

ويعني ب المدينة نمو فروع المعرفة وتقدم سبل السيطرة الفنية على القوة الطبيعية، ذات التقدم المتناسك الذي يخضع لنظام معين، وينتقل من شعب إلى آخر.

المجتمع هو شعب متمركز في مكان معين، والثقافة هي طريقة هذا المجتمع في الحياة، أما الحضارة فلا يمكن أن تفهم إلا إذا درست دراسة تاريخية، توضح تطور أجزائها وعلاقتها الواحدة بالأخرى.

وتختلف الثقافة عن الحضارة، فلكل مجتمع ثقافة معينة هي كل نتاج الفكر المجتمعي، ونتاج

هذا الفكر ومشتقاته، أما الحضارة فهي: النواحي العملية والمادية لثقافة الأقاليم المتحضرة الذين عاشوا ومارسوا أساليب الحضرة.

ومما يوضح الفرق تميز الثقافة بأنها تراكمية ومكتسبة وتنتقل من جيل إلى جيل، أما الحضارة فهي وإن كانت من أوجه الثقافة، إلا أنها مميزة بوصفها نتاجا مستقلا أي من نوع خاص قد يختص به مجتمع معين في فترة تاريخية، دون أن تنتشر منه إلى مجتمع آخر.

ويضاف إلى هذا أن بعض الآراء ترى أن هناك تعاقبا بين الثقافة والحضارة ومن دعاة هذا الرأي أروالد شنجلر في كتابه تدهور الغرب، الذي جعل لكل ثقافة حضارة.

كما أكد أن المصطلحين يعبران عن مرحلتين متعاقبتين في كل دورة مجتمعية لأن التاريخ الإنساني عند شينجلر يسير في دورات ثقافية وحضارية مقفلة، كل منها مستقلة عن الأخرى، وكل دورة من هذه الدورات تبدأ بالثقافة، التي هي ضرورة لبناء أي جماعة ولبناء تنظيمها الفكري والاجتماعي.

إن ما يعزز الآراء السابقة ما قاله عالم الاجتماع بول لانديس من أن :

الثقافة تختلف عن الحضارة التي لها معنى أضيق من الثقافة، فالحضارة تقتصر على تلك الشعوب ذات المستوى الرفيع من التطور الثقافي، والشعوب التي وصلت إلى درجة عالية من التقدم ترى في الحضارة كافة العناصر المادية وغير المادية التي ابتكرها الإنسان.

أما الثقافة فتوجد في كل الشعوب بسيطها ومعقدتها فالشعوب البدائية لها ثقافة والشعوب المتقدمة لها ثقافة، الاختلاف بين المفهومين ليس في النوع، ولكن في الدرجة من حيث مستوى التقدم.

يتضح مما سبق ذكره أن الثقافة تشمل جميع جوانب الحياة المعنوية والمادية وتوجد في كل

المجتمعات، البسيطة والمعقدة أو المتقدمة والمتخلفة، على حد سواء أما الحضارة فتشمل كل المنجزات المادية والعملية فقط، التي أنتجتها المجتمعات في أثناء التفاعل بين الإنسان والبيئة الطبيعية.

وتعد المدنية إحدى درجات الحضارة أي إحدى صورها فهي عنصر جديد متطور من الحضارة.

سابعاً: المؤسسات التعليمية:

تؤثر المؤسسات التعليمية مثل المدارس والمعاهد والجامعات التي زاد انتشارها بشكل واسع في مختلف دول العالم ، من خلال عملية الاتصال الشخصي المباشر في تحديد أنماط سلوك الأفراد وتكوين آرائهم واتجاهاتهم تربوياً ونفسياً .

فالتعليم يعمل على زيادة مستوى وعي الأفراد، فضلاً عن إكسابهم القدر المناسب من المعارف والمعلومات العامة والمتخصصة، وبما يسهم برفع نسبة تفاعل الأفراد في المجتمع. ويزيد النظام التعليمي من اهتمامات الأفراد بالقضايا العامة والمشاركة في الحياة السياسية، وقد كشفت بعض الدراسات التي أجريت عن صلة النظام التعليمي بالاتجاهات السياسية، المعبرة عن الرأي العام.

أن بعض نماذج السلوك والاتجاهات السياسية تظهر بصورة أكثر وضوحاً عند الأفراد الذين نالوا قدراً من التعليم النظامي أكثر من غيرهم، وأنهم يميلون بدرجة أكبر للمشاركة في النشاط السياسي من خلال اعتمادهم على مصادر عديدة تمكنهم من تكوين آراء وأحكام سياسية تتميز بأنها أكثر رشداً.

ويعتبر التعليم من العوامل المساعدة في معرفة الفرد لحقوقه الشخصية والمدنية فالمدرسة هي الرديف المباشر للأسرة، بما تغرسه أيضاً من معارف وقيم وثقافة.

وبالتالي فإن المؤسسات التعليمية تعد من بين أهم العوامل التي تسهم في تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهاته من مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث قوة اتجاهه. (سامية أحمد جابر، 1993، ص 191).

المحاضرة السادسة: محددات وعوامل تكوين الرأي العام

ثامنا: وسائل الإعلام:

أصبحت وسائل الإعلام من ضرورات الحياة، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مؤسسات، ومقومات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعية للأخرى.

إذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية والخطورة في تكوين الرأي العام وتشكيله، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديمغرافيا.

وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة لوسائل الإعلام، من قدرة هذه الوسائل في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة.

وتمنح وسائل الإعلام النخب السياسية في المجتمع إمكانات هائلة لإثارة المصلحة، والتأثير في اتجاهات المواطنين.

وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال وسائل الإعلام الجديدة في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية.

وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ وسائل الاتصال موقفا فريدا في هذه العملية، فهي تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام.

فوسائل الإعلام تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

أما الوجهة الثانية فترتكز على تأثير وسائل الإعلام المباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار الصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم. ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعاً للبيئات الاتصالية التي يتم من خلالها عمليات التلقي.

إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الإعلام يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام. إن هناك اتجاهين مختلفين في دراسة تأثير وسائل الإعلام: الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي، والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الإعلام.

وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة، فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الرأي العام. أما الاتجاه الثاني:

على المستوى الفردي، فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما: التعرض لرسائل الإعلام التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي) وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول).

وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الفرد.

ومن جهة نظر جون زيلر - وهو أحد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام -

إن للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة، دوراً في تشكيل الرأي العام.

إضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلامية، واعتبرها زيللر عاملا مهما في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، ص 89، 93).

ويشير مصطلح المعلومات الذي استخدمه زيللر، إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الإعلام وتشمل: التقارير الإخبارية والتعليقات وأحاديث الصفوة عن التوجهات الأيديولوجية والحزبية للرسالة الإقناعية.

وهناك عدة متغيرات يتم من خلالها فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلامية التي تقدم من خلالها الرسالة على أسلوب معالجة المعلومات وتشكيل الاتجاهات.

ومن هذه المتغيرات، ما يتعلق بالرسالة مثل: قابلية الرسالة للفهم وحيوية الرسالة وقوة البراهين بالإضافة إلى متغيرات متعلقة بخصائص القائم بالاتصال.

ويقصد بمتغير الحيوية المعلومات التي تجذب وتحافظ على انتباه الأفراد لكونها معلومات ملموسة ومثيرة للخيال وقريبة زمنيا ومكانيا وحسبياً، وبناء على ذلك فإن المعلومات المقدمة من خلال التلفزيون والإذاعة أكثر حيوية من تلك المقدمة من خلال الصحافة.

وبما أنه من المفترض أن المعلومات الأكثر حيوية هي الأكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فإن تأثير كل من التلفزيون والإذاعة أكبر من تأثير الصحيفة المطبوعة.

تاسعا: النظام السياسي:

تلعب الأوضاع السياسية السائدة داخل الدولة دورا فاعلا في تكوين الرأي العام ففي النظم الديمقراطية تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المعارض علانية بالنسبة للمسائل العامة مثل: النقاش والجدل بين الجمهور، دون خوف من السلطة وإجراءاتها لأن الدستور كفل حق المواطن في حرية التعبير عن الرأي.

وفي مثل هذه النظم الديمقراطية تنمو البيئة السياسية الملائمة لتعدد التنظيمات السياسية

والاجتماعية المختلفة وتخلق جوا من التنافس بين الأحزاب من خلال البرامج والحلول التي تطرحها لمعالجة المشكلات العامة.

حيث يسعى كل حزب منها سواء كان حاكما أو معارضا إلى كسب تأييد ومساندة الرأي العام لبرامجه وأطروحاته الفكرية والسياسية وبرامجه الاقتصادية.

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام ، بهدف كسب تأييد الغالبية لمساندة خططها وبرامجها، وتلجأ الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيق ذلك منها:

العمل على تنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير، واستخدام وسائل الإعلام كأداة لشرح سياساتها وصولا للتأثير في الرأي العام وكذلك من خلال الاهتمام باستطلاعات الرأي العام.

وتساعد البيئة السياسية في النظم الديمقراطية، المبنية ركائزها على حرية الرأي والتعدد الحزبي وعدم احتكار وسائل الإعلام في تكوين رأي عام يتسم بالعمق والاستنارة والعقلانية والثبات النسبي والوضوح والتعبير السلمي عن نفسه.

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

وتبرز أهمية المشاركة السياسية في عملية صنع القرار السياسي وتشكيل الرأي العام من خلال إحساس المواطنين بأهمية مواجهة المشكلات والمعوقات التي تعيق فاعلية النظام السياسي والاجتماعي.

و كيفية إيجاد الحلول المناسبة لتلك المشكلات بإتاحة المجال للمشاركة الديمقراطية الواسعة للشعب في رسم السياسات العامة للدولة وصنع القرارات الوطنية المهمة.

ومهما تباعدت واختلفت الآراء والتوجهات فإن رأي الأغلبية يمثل الخيار الأمثل في مجمل القضايا والهموم الوطنية للخروج باستراتيجيات وسياسات تتلاءم وهوية الدولة وأيدولوجيتها وكيانها السياسي وموقعها على الخارطة السياسية ومقدرتها الاقتصادية.

وفي النظم الديمقراطية تحدد طبيعة النظام السائد الدور الذي يلعبه الرأي العام، ففي الديمقراطية المباشرة يكون دور الرأي العام أكبر منه في الديمقراطية النيابية.

لذلك فإن بعض الأنظمة الديمقراطية الحديثة تحاول تدعيم نظامها النيابي ببعض مظاهر الديمقراطية المباشرة، وتأخذ بما يعرف بنظام الديمقراطية شبه المباشرة، وذلك لتزويد من السلطات التي تمنح للشعب، وتوسيع مدى إشراكه في الحكم، وبالتالي يزداد دور الرأي العام قوة وفاعلية.

وهذا الاهتمام بالرأي العام ما هو إلا مسابرة لتطور الرأي العام، وازدياد قوته واهتمام الحكومات الديمقراطية بكسب ثقته وتأييده والاهتمام بمشاركته في العمل السياسي، حتى تكون القرارات السياسية ممثلة لاتجاهات الرأي العام.

وفي النظم الديمقراطية تستمد الحكومات الشعبية قوتها وفعاليتها من قوة وتأييد الرأي العام لها، حيث يلعب الرأي العام في هذه النظم دورا أساسيا في العملية السياسية وقد يكون هذا الدور مباشرا أو غير مباشر في صنع القرار السياسي.

إلا أنه يأخذ في أغلب الأحيان المظهر الأخير، ويمكن أن يتم هذا الدور من خلال الانتخابات حيث إن صانعي القرارات يأخذون في اعتبارهم موقف الرأي العام، لاسيما في القرارات التي تتخذ قرب الحملات الانتخابية.

ويقوم الرأي العام في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقابة الشعبية على أعمال السلطة الحاكمة، وتأييدها إذا ما سارعت في تحقيق رغبات وأمال الجماهير، وإقصائها إذا ما انحرقت عن الصالح العام.

أما في الأنظمة غير الديمقراطية التسلطية، التي تسيطر فيها الحكومات على أفراد الشعب وتتحكم في آرائهم وتطلعاتهم وتقيّد حرياتهم وتعطل حقوقهم الدستورية.

وتحاول فرض نظام سياسي معين دون السماح بوجود معارضة سياسية فإنها تفرض سيطرتها بكبت الحريات، ووضع القيود القانونية وغيرها على الحرية الفردية والجماعية وتفرض هيمنتها على وسائل الإعلام التي تمتلكها على الأغلب، بهدف تقييد الرأي العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يخدم أهدافها وسياساتها.

لذلك فإن الرأي العام في ظل الأنظمة غير الديمقراطية وبسبب تقييد الحريات في إبداء الرأي العلني وغياب الرأي الآخر وتناقض ما تقوله وسائل الإعلام، يتشكل رأي عام كامن غير ظاهر وغير عميق يمكن أن ينتقل من النقيض إلى النقيض في فترة وجيزة، ويتسم بالتذبذب، والسطحية.

كما ينعدم التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب، وقد يعبر الرأي العام عن نفسه أحيانا بوسائل العنف.

إن الأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها، فإذا كان نظام الدولة قائما على الديكتاتورية والاستبداد بالرأي و الرأي العام، والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب، فإن هذا يؤدي حتما إلى سلبية الرأي العام في الدولة، إذ يحل محله الخوف العام أو السخط العام. (عاطف عدلي العبد، 2007، ص 30).

عاشرا: الأحزاب السياسية:

الأحزاب السياسية بمفهومها الحديث ظاهرة حديثة النشأة ، لا يتجاوز عمرها القرن باستثناء أحزاب الولايات المتحدة الأمريكية، وقد نشأت مع التزايد الكبير في أعداد الناخبين الذي صاحب انتشار مبدأ الاقتراع العام في القرن التاسع عشر.

إذ وجد الناخبون أنفسهم مجرد جمهور عريض من أصحاب الحقوق السياسية غير قادر على تحديد أهدافه العامة أو مناقشة مشاكله المهمة.

وهكذا قامت الأحزاب السياسية استجابة لحاجة الناخبين، ووضعت البرامج لاستقطاب أكبر عدد من أصوات الناخبين لصالحها وبما يمكنها من تشكيل الحكومة.

وبذلك أصبحت الأحزاب هيئة وسيطة تملأ الفراغ القائم بين الحكومة والمواطنين.

وازدادت أهمية الأحزاب في المجتمعات مع التطور الذي شهده العالم، وأصبح تعدد الأحزاب يعد من المعايير الأساسية للتمييز بين الأنظمة الحرة الديمقراطية والأنظمة التسلطية الدكتاتورية.

وذلك لأن الحرية ترتبط بإمكانية الاختيار، وينعدم الاختيار بوجود القهر والإجبار، ولا اختيار في نظام الحزب الواحد. (ماجد الحلو، 2000، ص 293).

أما تعدد الأحزاب فيجسد وينظم الأفكار والاتجاهات ويؤكد حرية الفكر والرأي وينشط الحياة السياسية داخل الدولة.

فوجود الأحزاب يسمح للمعارضين لسياسة الحكومة بالعمل العلني المشروع للوصول إلى السلطة والدفاع عن الاتجاهات التي يفضلونها، فالأحزاب المعارضة قوة بإمكانها الحد من تسلط الحكومة ومواجهة تجاوزاتها وانحرافها.

الدور السياسي الذي تقوم به الأحزاب لا ينفصل عن دور مهم تقوم به في تكوين الرأي العام وتوجيهه، وذلك من خلال نشر الوعي والثقافة السياسية بين الجماهير، ضمن إطار عملية التنشئة السياسية التي تمارس الأحزاب السياسية في مختلف الدول لتأثيراتها على تشكيل اتجاهات الأفراد وجذبهم لمساندتها وتأييدها.

فالأحزاب السياسية تمثل مدارس فكرية مختلفة، تطرح أفكارها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة من صحف ومجلات وإذاعات وقنوات فضائية أو مواقع الكترونية على شبكة الانترنت، للتأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام.

حادي عشر: الأحداث الجارية:

تعد الأحداث اليومية في أي مجتمع، من العوامل المهمة في تكوين الرأي العام، وتشكيله، باعتبارها نتاج قوى متفاعلة داخل المجتمع، تقرر وتحدد السلوك والرأي العام وترتبط قوة الأحداث بنوعيتها، حيث يختلف تأثير الأحداث العالمية، عن القومية أو المحلية أو النوعية التي تخص فئة محدودة من الرأي العام. (سمير محمد حسين، 1997، ص 73).

ثاني عشر: الشعور الوطني:

هو الشعور الذي يرتبط بالرأي العام الوطني أي على مستوى الوطن كله، دون التخصيص، على قضية محلية أو نوعية ما ، كما يؤثر الشعور الوطني في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا ذات الصبغة الوطنية.

ففي حال تعارض المواقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرأي العام بسرعة نحو الأهداف والمصالح الوطنية لأن الشعور بالحس الوطني يؤثر ويتأثر بالقضايا الوطنية التي تؤثر بمجملها على اتجاهات الرأي العام.

ثالث عشر: الزعماء:

الزعيم كما عرفه ليندلمان هو الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشاعره باعتبارها أساسا للعقيدة والسلوك.

فالزعامة هي قيادة الجماهير والتأثير في أفكارها واتجاهاتها والقدرة على تعبئتها والتحكم

بتوجهاتها والقدرة على الحصول على ثقتها بحيث يغدو الزعيم أمل الأمة ورجاءها في مواجهة ما يعترضها من عقبات.(هاني الرضا، رامن عمار، 1998، ص 82).

والزعماء هم أحد العناصر المكونة للرأي العام سواء في المجال السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو المهني، أو الديني، وسواء على المستوى الوطني أو المحلي .

وكلما زادت قدرة القادة والزعماء وكفاءتهم، ازدادت درجة تأثير الرأي العام بهم ، حيث يؤكد الخبراء على التأثير العالمي للزعماء والقادة، على اتجاهات الجماهير وتصرفاتها، باعتبار أن الزعامة هي فن قيادة الجماهير، والتأثير في معتقداتها وتشكيل آرائها بالطريقة التي تحدد الأهداف المرسومة.

ويرتبط موضوع الزعامة بتكوين الرأي العام ارتباطا وثيقا لما للزعامة من قدرات في التأثير على اتجاهات ومعتقدات الجماهير وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة، وعادة ما تكون أفكار الزعيم تحوي كل ما يحقق لأمتة الخير.

وما يقوي الروح المعنوية ويدفع بالعجلة الاقتصادية والاجتماعية إلى التقدم، ولاشك أن الزعيم الناجح هو الذي يتميز بالقدرة على اكتشاف اتجاهات الرأي العام والتعبير عن هذه الاتجاهات وتصبح خطبه ومظاهر سلوكه معبرة عن مطالب الجماهير واهتماماتها.

رابع عشر: قادة الرأي:

قادة الرأي هم الأشخاص الذين يؤثرون على الآخرين عن طريق الاتصال المباشر أو غير المباشر، يوما بعد يوم في الشؤون المتعلقة باتخاذ قرار أو تكوين رأي .

ولا يشترط أن يكون هؤلاء هم الرؤساء في الجماعة أو أصحاب المراكز والجاه والمكانة الرفيعة، فكل طبقة في المجتمع لها فيما يبدو جماعتها من قادة الرأي.

وقد عرف كل من روجرز وشومير قائد الرأي بأنه الشخص القادر على التأثير في الآخرين بصورة غير رسمية، في اتجاهاتهم وفي سلوكهم الظاهر بطريقة متكررة .

وقد حددا خصائص قادة الرأي في أنهم الأكثر تعرضا لوسائل الإعلام ولهم مكانة اجتماعية أعلى وهم أكثر إطلاعا على العالم الخارجي كما أن مشاركتهم الاجتماعية أكثر من أتباعهم.

وقادة الرأي هم الخبراء والعلماء وصفوة المثقفين والمفكرين والصحفيين وبعض الزملاء والأصدقاء والجيران، ويلعب قادة الرأي دورا مهما في تشكيل الرأي العام، وتوجيهه والتأثير فيه، إزاء قضايا وموضوعات مختلفة، متصلة بمجال تأثيرهم.

والصفوة مفهوم مقارب لقادة الرأي، وقدم العالمان الايطاليان جيتانو موسكا وفيلفريدو باريتو مفهوم الصفوة السياسية في أوائل القرن العشرين، والصفوة من وجهة نظرهما تتكون من مجموعات لها مكانة عليا وتجمع بين الموهبة والثروة.

وتستمد الصفوة (الأقلية) سيطرتها على العامة (الأغلبية) من تميزها بارتفاع مستوى التعليم والكفاءة والمعرفة والخبرة، وتتعدد أنواع الصفوة في المجتمع ما بين صفوة تعليمية ، ناتجة عن التعليم.

وصفوة صناعية عن كبار رجال الصناعة، و صفوة سياسية من العاملين في السياسة والمسؤولين في الحكومة والصحفيين وغيرها من الأنواع الناتجة عن التميز في مجالات مختلفة، والتي على الرغم من الفروق بينها فإنها تعمل في صورة متكاملة للإبقاء على المجتمع.

أما بشأن تأثير الصفوة في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فعندما تتبنى الصفوة صورة واضحة لما ينبغي أن يكون فإن الجمهور العام، ولاسيما الأفراد الأكثر اهتماما بالسياسة، يميل إلى رؤية الأحداث من خلال وجهة نظر هؤلاء الصفوة.

كما يميل إلى تبني مواقفهم، وبالتالي فإن التغيير في اتجاهات الجمهور العام يعكس التغيير في اتجاهات الصفوة.

وتمكن المعلومات المقدمة في خطاب الصفوة من صور نمطية وأطر مرجعية الجمهور العام من تشكيل مفاهيم وآراء بخصوص الأحداث التي تخرج عن نطاق فهمهم الكامل.

وبالتالي تسهم الصفوة في تشكيل الرأي العام نتيجة لتدفق رسائلها إلى الجمهور العام. (شيماء نو الفقار ، 2009، ص 110).

والرأي العام بدوره يتأثر بدوره يتأثر بقيادة الفكر في مختلف المجالات، ذلك أن هؤلاء القادة قادرون على تحويل الاتجاهات السلبية للجماهير إلى اتجاهات ايجابية، لما يتميزون به من ملكات خاصة كقوة الشخصية والذكاء وسعة الإطلاع والقدرة على تحليل المعلومات التي يتلقونها فضلا عن الصورة الايجابية التي يحظون بها لدى جمهورهم .

وهذا ما يفسر استعانة الكثير من الأحزاب في حملاتها الانتخابية، بعدد من قادة الرأي من فنانيين كبار أو أدباء أو رياضيين وغيرهم. (عبد الكريم علي الدبيسي ، 2011، ص 178).

وسائل التأثير في الرأي العام (سلبا أو إيجابا) :

تستخدم وسائل متعددة للتأثير في الرأي العام، وقد يكون بعضها مستهجنا وغريبا ، ولكن بعض الجهات الموجهة للرأي العام قد تسوغ لنفسها استخدام هذه الوسائل لتحقيق أهدافها ، ولا يملك الإنسان المسلم إلا أن يقر من الوسائل ما كان يتفق مع الشرع الحنيف ووسائله الربانية الصحيحة، وينكر ما تصادم مع الشريعة السمحاء وتعارض معها.

ومن الوسائل المستخدمة ما يلي:

1 – وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، والصحف والمطبوعات والنشرات ويلحق بذلك المسرح.

- 2 – وسائل الاتصالات الخلوية والسلكية واللاسلكية، والرسائل القصيرة وما شابهها، ويلحق بذلك رسائل البريد الإلكتروني.
- 3 – الإشاعة، سواء كانت الصماء أو المرحلية الموجهة.
- 4 – الناظرات والمساجلات المتلفزة أو الصحفية.
- 5 – المسجد، ومن خلال الخطب والدروس والمحاضرات والعلاقات والصدقات بين المصلين، وكذلك من خلال التواصل والزيارات بينهم.
- 6 – الوعود والأعطيات، وتقديم العون والخدمات الموجهة، ويمكن أن يكون هذا بهدف المساعدة والعون بشكل مجرد.
- 7 – التضليل والتدليس، وإخفاء الحقائق أو تشويهها.
- 8 – التخويف والترهيب، ومصادرة الإرادات، والتهديد.
- 9 – القهر والظلم المباشر وغير المبطن والخفي.
- 10 – الكذب المباشر وغير المباشر، وقد يدعم ذلك بإحصاءات وأرقام ورسومات بيانية وتحليلية.
- 11 – الأحاديث والتصريحات للرموز الاجتماعيين والأشخاص الاعتباريين المؤثرين: اجتماعيا وسياسيا، وأكاديميا وتخصصيا.
- 12 – مؤسسات المجتمع المدني، كالنقابات المهنية، والجمعيات، والروابط، والمنظمات غير الحكومية، وجماعات الضغط والتأثير.
- 13 – التوظيف الموجه للصددمات والإخفاقات والارتكاسات على الصعيد العام وعلى صعيد المجتمع والأمة، وكذلك للإنجازات المتميزة والإبداعات في الجانب المقابل لذلك.

14 - التوظيف المبرمج للمفاجآت والانعطافات الحادة على الصعيد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

15 - التوعية والتنقيف، وبيان الحقوق والامتيازات الخاصة بالناس وتوعيتهم إزاءها ، وكيفية الحصول عليها وكيف يجب أن يكون، وكيفية تحفيزها وتطويرها وزيادتها، وبالتوازي مع ذلك، التذكير بالواجبات، وكيفية أدائها والالتزام بها.

16 - تبيان مجالات الظلم والقهر والحرمان وتعريتها، مع التركيز على مجالات الحرية والرفاه واحترام الرأي وتقدير الذات.

17 - كشف عوامل الفساد والإفساد وتعريتها وبؤرها ومراكزها ومجالات عملها وأساليبها، وإيضاح حقيقتها وأسمائها وأماكن وجودها وارتباطاتها.

18 - تبيان مجالات الحرمان والعوز وكيفية معالجتها وآليات التعامل معها ضمن المقدرات المتاحة، وأن علاجها ممكن في ظل العدالة والإنصاف ووضع الأمور في نصابها الحق.

19 - التذكير الدائم، والتوعية المرحلية المدروسة، وإضفاء الحيوية الدائمة على ذاكرة المجتمع ، وبتث الوعي والمعلومة الدقيقة والصحيحة.

20 - بث معاني العدالة والإنصاف، وتحري الدقة والعدل والمنطق، وتحفيز مستوى الإدراك والوعي الاجتماعي ضمن منهجية علمية وعملية متدرجة ، ويمكن أن يكون ذلك عن طريق المؤسسات المتخصصة والعلماء والخبراء والمتخصصين وذوي الحكمة والخبرة. (سنة محمد الجبور ، 2010، ص 85).

المحاضرة السابعة: وسائل الإعلام والرأي العام.

وسائل الإعلام والرأي العام:

بين الحرية بمعنى الفوضى والحرية بمعنى المسؤولية خيط رفيع لا يراه كثير ممن يدعون أنهم يمارسون حقوق المواطنة، وهم يتناسون الواجبات التي فرضها عليهم ذات الدستور،

وبين من يمارس الحرية بمسؤولية ومن يمارسها بفوضى مساحة شاسعة لا يكاد كثير منا يرغب في معرفتها لأنه يعدها مساحة للمناورة وسعة الحركة وإرضاء نزوات في نفسه، إما بداعي الشجاعة أو التفرد أو حب الظهور أو التزلف.

وغيرها من النوازع الشخصية التي تبقى في بطن الشاعر كما يشاع والضحية بين كل هؤلاء هو الرأي العام الذي ينتظر من يعطيه الحقائق دون مراوغة أو تزييف أو خداع، ومن ينقل له صورة ما يجري من أحداث وقضايا دون زيادة أو نقصان، ويترك له وحده حق التعليق وحرية اتخاذ المواقف.

لقد بات الرأي العام يحتل مكانة هامة ودائمة في تفكير السلطة السياسية، التي غالبا ما يهملها معرفة رأي الناس حول سياساتها وبرامجها وطرق حكمها ومواقفها الداخلية والخارجية، إما لتأييد أو تعديل تلك السياسات وطرق الحكم بما يتناسب مع حاجات ورغبات المجتمعات، ويتوافق مع معطيات الواقع وظروفه.

وتبعاً لذلك، يشكل التأثير على الرأي العام هدفا رئيسيا ومحورا مركزيا لأي نشاط اجتماعي أو اقتصادي أو ثقافي، وربما بصورة أكثر للسلطة أو لصانع القرار السياسي.

وتشير أدبيات الإعلام والاتصال كما ذكرنا إلى أن مصطلح الرأي العام مكون من شقين اثنين، هما:

الرأي ويعني التعبير اللفظي أو الكتابي عن الاتجاهات المختلفة نحو ظاهرة ما أو مشكلة يثار حولها الجدل والنقاش، إذ أن المسائل التي لا تحتمل النقاش أو الجدل لا تتطلب رأيا حولها.

وكلمة العام وهي تعبر عن وجود جماعة معينة تجمعها مصالح مشتركة وعلاقات ثابتة، وقد سمي بالرأي العام تمييزا له عن الرأي الخاص أو الرأي الفردي.

وتقسم تلك الأدبيات الرأي العام وفقا للعديد من المعايير منها مجال التطبيق، وطبيعة النظام السياسي ودون الدخول في تفاصيل لا داعي لها نشير إلى أن الرأي العام ينقسم وفقا لتلك المعايير إلى العديد من الأنواع، أهمها:

الرأي العام السياسي، والرأي العام الاقتصادي، والرأي العام الاجتماعي، والرأي العام الظاهر أو المعلن، والرأي العام غير الظاهر أو الخفي، والرأي العام المؤيد، والرأي العام المعارض أو الرفض.

والرأي العام سواء أكان مؤيدا لسياسات وقرارات الحكومة أم رافضا لها يبقى له قوة تأثير فاعلة في كل مجتمع، بل قد يكون في بعض الأحيان المحرك للعديد من القضايا والأحداث، وهو ما حدا ببعض الباحثين إلى القول أنه:

" يشكل سلطة غير منظورة مقابلة للسلطات السياسية المتواجدة في أي مجتمع من المجتمعات، وان القادة السياسيين يأخذون تأثير دور الرأي العام في بلدانهم بعين الاعتبار عند قرار اتخاذ أو انتهاج سياسة ما."

فقد أصبحت قوة الرأي العام في العصر الحاضر بدون حدود ويات الجميع من حكام وحكومات يعتمدون عليها اعتمادا كبيرا في تأييد سياساتهم .

فلا يمكن لأي حكومة أن تنجح في سياساتها دون دعم وتأييد الرأي العام لها، ولأن الرأي العام ليس عنصرا ثابتا بل هو عنصر متحرك ومتغير من وقت لآخر بتغير تطلعات الأفراد والمواطنين، ومدى قدرة السلطة على تلبية تلك التطلعات أو عجزها عن ذلك.

وكذا تبعا لبعض المتغيرات الخارجية أو الداخلية المفاجئة، فقد باتت العديد من الحكومات والمؤسسات الحديثة تولي اهتماما كبيرا لاستطلاعات الرأي العام لمعرفة اتجاهاته، قياسه، وتحديد وسائل وأساليب التأثير عليه.

وهذه العملية متواصلة ومستمرة وتستخدم فيها جميع الوسائل والأساليب، وأهم تلك الوسائل هي الإعلام سواء أكان مقروءاً أم مصوراً، مسموعاً أم مرئياً.

والمؤكد أن وسائل الإعلام الرسمية والمعارضة والمستقلة، وعلى اختلاف أشكالها وصورها لا تعمل في فراغ، لكنها تعمل ضمن منظومة متكاملة من البنيات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في الدولة، وهي تتبادل التأثير والتأثر مع تلك البنيات ضمن مكونات النظام السياسي الواحد.

وبغض النظر عن طبيعة النظام السياسي وما يتبعه من نظام اتصالي، فإن الاتجاه السائد اليوم على المستوى العالمي يميل باتجاه اعتماد الديمقراطية والتعددية الإعلامية ولو بشكل متفاوت.

ولهذا أصبحت وسائل الإعلام اليوم جزءاً لا يتجزأ من الحياة السياسية، كونها وسيلة نقل الخطاب أو الرسالة السياسية من المرسل (الذي قد يكون أحد عناصر النظام السياسي) إلى المتلقي أو المرسل إليه (الشعب أو الجمهور أو الرأي العام).

ولذا فعلى وسائل إعلامنا المختلفة، وبغض النظر عن مواقفها الآنية من السلطة سواء بالتأييد أو بالمعارضة، أن تعي حقيقة الدور المطلوب منها لتنوير الرأي العام وتبصيره بالحقائق والمعلومات الصحيحة، دون مبالغة أو تهويل أو إهمال، وأن تمارس الدور المطلوب منها في إطار احترام الدستور والقوانين التي تفرض على الجميع معرفة الحدود بين الحرية والمسؤولية.

وسائل الإعلام الجماهيرية وعلاقتها بالرأي العام:

– لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تخلف عن الأخرى، باختلاف المهمة الإقناعية والجمهور.

– الاتصال المواجهي أكثر قدرة على الإقناع من الراديو.

– الراديو أكثر إقناع من المطبوع.

– د. جيهان قدمت في كتابها (الموسوعي) الأسس العلمية لنظريات الإعلام خلاصة البحوث في هذا الصدد منها:

1 – كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع.

2 – إن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.

3 – إذا تساوت جميع الظروف - في المعمل مثلا - يكون الاتصال الشخصي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو والراديو أكثر من المطبوع.

4 – الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الإعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتثقيف وفقا لإمكانيات وسيلة ورغبة كل متلق.

5 – إن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة.

أهم ثلاث وسائل للإعلام الجماهيري:

1 – الإذاعة والرأي العام:

– تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.

– تحفز الناس على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والإسهام فيها.

– التخفيف من حدة العصبية الإقليمية والإقلال من شأنها.

– متابعة تثقيف الجماهير وإشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.

– دحض الشائعات الضارة في الحال.

– القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التي تخدم التطور وتعزية القيم التي تعوقه، وتطوير أنماط السلوك الاجتماعي بما يتناسب مع ظروف الحياة.

المحاضرة الثامنة: الإعلام ووسائله الحديثة

2 – التلفزيون والرأي العام:

– له فائدة كبيرة في رفع المستوى الثقافي والإرشاد.

– يوثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية.

– هناك ستة مستجدات خاصة على الرأي العام تصاحب التلفزيون في عصر البث الفضائي:

أ – انتشار أجهزة استقبال القنوات الفضائية ما يقارب 8000 قناة مفتوحة ومشفرة، والقنوات الفضائية العربية لم تنقل الفرد من نطاق ضيق إلى نطاق أوسع وحرية أكثر وذلك للأسباب التالية:

– سياسي.

– تجاري.

– مزيج من السياسة والتجارة.

ب – ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة نتاجا لما ابتكرته تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتمشيا مع روح العصر واتخذت أحد شكلين:

– قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه (جمهور عام غير محدد).

– قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه.

ج - مارس الإعلان الدولي دورا بارزا في انتشار المحطات الفضائية، وهذا من أهم الأسباب التي أدت إلى ارتفاع المواد الترفيهية وطغيانها على خريطة برامج معظم القنوات المتخصصة، وهناك خطورة من الإعلانات التي تقدمها هذه القنوات من حيث أنها قد تكون غير مناسبة لقيم المتلقي.

د - أظهرت الدراسات الميدانية تخلي ثلث العينة العربية بل نصفها في بعض الحالات عن الخطاب الإعلامي العربي وذلك بسبب:

- رتابة بنية النشرات الإخبارية التي غالبا ما تقتصر على الأنشطة الرسمية مع تهيمش المضاد أو الصمت عما طرحه الواقع اليومي من قضايا حياته.

- لجأ البعض لمشاهدة القنوات الأجنبية لرغبتهم في تنويع المصادر الإعلامية أو الاطلاع عن المسكوت عنه.

- أظهرت دراسة قام بها (اتحاد إذاعات الدول العربية): أن هناك شيء من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبت الأجنبي، لأن البث الأجنبي يتميز بكونه:

- جذاب.

- مزود بالمعلومات.

- واضح ومؤثر.

و - إقبال الأطفال المتزايد على القنوات الفضائية الأجنبية والعربية ، يرى د. محمد طلال: أن الخطر يكمن في فعاليات القنوات الفضائية الأجنبية.

3 - الصحافة والرأي العام:

الصحافة تحتل المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير في الرأي العام وذلك للأسباب التالية:

– تهتم بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب.

– عرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء.

يميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تستعملها وهي:

أ - الصحافة المتخصصة:

– وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة.

– يطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتقنون ثقافة عالية.

ب - الصحافة المتميزة:

– وهي الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل معالجتها للموضوعات المختلفة.

– وتشمل على أهم الأنباء، وعلى تقديم خلفيات إضافية لها.

– تعرض وجهات النظر المختلفة.

– تقوم بالتحقيقات والمتابعات.

– تجري المقابلات مع المسؤولين من الصفوة.

– يقرأ هذه أفراد الصفوة والمتقنون المطلعون وعدد من أفراد الجمهور العام.

ج - الإعلام الشعبي:

— يتألف من الصحافة الشعبية - بالإضافة إلى الإذاعة والتلفزيون.

— يقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه.

— عرضه للأخبار سطحياً سريعاً.

— يركز على الجوانب الشخصية والثقافية بدلاً من الجوانب العامة.

— يركز على الشخصيات البارزة من أفراد الصفوة بدون الخوض في التفاصيل الكافية.

— يتأثر بالصحافة المتميزة فيسعى لتقليدها، لكن دون التعمق.

يقسم (التهامي) محتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام إلى ثلاثة أقسام:

أ - قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام:

كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفذ الأدبي والفني والإعلانات، حيث يتسم بالتحيز المعتمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

ب - قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام:

مثل الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة فهي لا تكون موجهة للرأي العام أو مؤثرة إلا أنها بلا شك تؤثر في القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن، فينعكس أثره على الرأي العام.

ج - قسم ليس له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام:

— صفحة الوفيات والنشرة الجوية.

— برامج الإذاعة والتلفزيون والسينما. (د. سناء محمد الجبور، 2010، ص 104).

الإعلام المعولم ووسائله الحديثة وتأثيره المباشر في الرأي العام:

اعتبر الكثير من الإعلاميين والأكاديميين والباحثين في مجالات الإعلام والاتصال.

إن مقولة (الإعلام الكوني) تعني أن وسائل الإعلام الحديثة ذات اتصال دولي فعال وربط مباشر بين أرجاء العالم من خلال الأقمار الصناعية.

حيث استثمرتها الصحافة الجديدة بإرسال طبعاتها الدولية عبر تقنيات متطورة في طباعة الصحف الدولية، ومحطات إذاعية مباشرة ذات قدرة فائقة على توصيل بثها بسرعة فائقة، وبث رقمي من خلال القنوات الفضائية التي غزت هي الأخرى محطاتها الدولية أرجاء المعمورة واخترقت شبكاتها الحدود الإقليمية وعبرت القارات وحارس بوابة ومقص رقيب.... ليشاهد الناس ما يجري في الكون من أحداث وفي نفس لحظة وقوعها.

كما أن السرعة المتزايدة والفائقة التي تدور بها عجلة تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، رفعت العالم إلى الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات لتعصف ثورة المعلومات والتكنولوجيا متعددة الوسائط جوانب الحياة السياسية الاجتماعية ، الاقتصادية، التجارية، التربوية والتعليم، الرياضة، الوثائقية إلى التسلية والألعاب.

إن البث الفضائي المباشر واستخدام شبكة الانترنت والهاتف الخليوي حظيت برضا وترحاب كبير من الناس في شتى بقاع العالم المتعطش للحضارة.

ومع تحفظ الكثير من الطفرة المعلوماتية الخارقة والغزو الثقافي لمجتمعات المستقبلية للمعلومات .

فالإعلام المعولم (الكوني) يعمل بأدواته الجماهيرية في تكوين الرأي العام.

ويساعد على زيادة الاحتكاك بين الدول والشعوب وتحقيق الأهدافي تبعا للغرض الذي يراد تحقيقه من عملية الاتصال وتبعا لدرجة الترغيب أو الترهيب.

فالإعلام من مهامه ووظائفه تزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار الموضوعية والبرامج والمواد الإعلامية المتنوعة بهدف الإقناع أو التأثير على الآراء والسلوك.

كما أن أهمية الإعلام المعولم تأتي كأداة أساسية في السرعة الإقليمية والدولية فكما هو معروف فالإعلام لا يرسم سياسة الدولة ولكنه معبر عنها.

فهو يستخدم في التأثير الاتصالي مع الناس عن طريق نقل الأخبار والحقائق المراد تناولها مع إغفال البعض الآخر منها بقصد وهدف.

فالرأي العام عمليا أيا كان موقفنا، يمكن أن يلعب الدور المؤثر إذا وجه من قبل إعلام مؤثر كما أن الإعلام المؤثر قد يبني فكرة معينة عن قضية ما، فإن لم تحقق كان التأثير معاكسا، وبالتالي فهو سلاح ذو حدين.

ويمكن تلخيص تأثير الإعلام على الرأي العام كالتالي:

أولا: بعث الاستقرار:

الإعلام يعمل في الغالب على الحفاظ على الوضع القائم وإبقائه على حاله، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع ولذلك يأتي نتائجهم متأثرا بالأفكار السائدة وعاكسا لها.

ثانيا: تغيير الرأي:

يستطيع الإعلام أن يغير آراء الجمهور باختيار نوع الأخبار التي يعرضها وطريقة عرضها والتعليق عليها أو تغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو المحافظة على الاتجاهات كما هي.

ثالثا: تحديد الأولويات:

إبراز موضوعات - تجاهل موضوعات - تضخيم - مبالغة - تهويل - تهوين.

رابعا: تحديد الخيارات المطروحة:

تختار وسائل الإعلام ما تراه هي مناسبة للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للأحداث.

خامسا: الرفيع والإعلاء:

إبراز ناس وإعلاء شأنهم وتحقيق الشهرة لهم وكذلك اختيار وقائع وأحداث وإعطائها الأهمية في التغطية الإخبارية.

وتتنوع الرسالة الإعلامية الجماهيرية وتختلف من الرسالة المطبوعة إلى الرسالة المسموعة إلى المرئية، وكل وسيلة تستخدم الرسالة التي تناسبها من ناحية.

كما أن كل رسالة بدورها تتحكم في الوسيلة التي تناسبها من ناحية أخرى، ولا بد من التوافق إلى حد ما بين الوسيلة والجمهور.

ويقوم الرأي العام بدور مؤثر في الرسالة الإعلامية الجماهيرية، من حيث تحديد شكل ومضمون الرسالة الإعلامية.

وهنا نتحدث عن أهميته في تحديد الشكل فإذا كان هناك كثير من العوامل التي تساهم في تكوين الرأي العام، ومن هذه العوامل الإعلام والدعاية، فإن الرأي العام لا يتأثر بالعوامل المكونة له فقط، وإنما يؤثر فيها أيضا وهذه العوامل المكونة للرأي العام .

ومنها الإعلام، لا تعمل منفردة في المجتمع، وكل عامل هذه العوامل جدير باهتمام الباحثين، ودراسة أثره على كل من المجتمع، المحلي أو القومي أو الدولي، أو غيره من أنواع الرأي العام التي تعرضها لها.

ومما يدل على أهمية الرأي العام في تحديد شكل الرسالة الإعلامية ومدى تفهم المستقبل لها، أن المستقبل لا يميل إلا إلى الشكل الاتصالي الإعلامي الذي يتناسب مع ميوله وأهوائه.

ومن هنا كانت أهمية دراسات الأوقات المفضلة للاستماع ، والتعرف على الألوان الأكثر جاذبية لدى المشاهدين ، والوقوف على الدراسات النفسية الخاصة بالقراءة واتجاه العين، والأوضاع الأكثر راحة للقارئ تلك النظريات التي تبني عليها كلها أسس رسم الأشكال الاتصالية سواء مطبوعة.

وتتمثل في عمليات الإخراج الصحفي ورسم الماكينات أو مسموعة وتتمثل في المؤثرات الصوتية واختيار الموسيقى وطرق وكيفية الأداء ونحو ذلك، أو مرئية وتتمثل في اختيار المشاهد والألوان والإخراج والديكور والإضاءة.

والطرق الفنية المختلفة في اختيار اللقطات المكبرة أو الجانبية أو الخلفية، أو مزج الصور مع بعضها ، أو تركيب أكثر من صورة لإعطاء خلفية للتركيز على مشهد في الحاضر أو التذكير بمشهد في الماضي، أو الاتجاه بشيء في المستقبل.

وكل ما يحدث من ذلك، من عمليات فنية إبداعية متطورة ومتجددة دائما، هذا التطور وهذا التجديد يتم بناء على دراسات الجماهير واتجاهاتها وآرائها، وهذا يدل على أهمية الرأي العام في تحديد شكل الرسالة الإعلامية الجماهيرية.

وبصفة عامة لا بد من تقدير قيمة الرأي العام في تحديد أشكال الاتصال الإعلامي وعند وضع الأسس الخاصة بذلك، ورسم خرائط البرامج، والتخطيط للإذاعات والصحف، أو التخطيط الإعلامي بصفة عامة.

حيث أن الاعتراف بأهمية الرأي العام، دليل على الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

وفي ذلك يذكر بعض الإعلاميين أن أولئك الذين لا يعترفون بالرأي العام، وبقدرة الجمهور على تكوين رأي، لا يعترفون برأي رجل الشارع والجماهير الشعبية.

وبأن الجماهير على تكوين رأي، لا يعترفون برأي رجل الشارع والجماهير الشعبية، وبأن الجماهير والأفراد على قدر من الذكاء بحيث يستطيعون اتخاذ مواقف واعية ومفيدة إزاء القضايا السياسية والاجتماعية (محمد فلحي، 2007).

ويرى الدكتور (إبراهيم إمام) أن الاتصال الجماهيري يقوم بوظيفتين تخلص الرأي وحمايته، ويوضح أن الاتصال الإعلامي يجب ألا يقوم فقط بوظيفة التأثير على الرأي العام، وإنما لابد أن يكون مبنيا على أساس من الرأي العام والاهتمام به.

حيث يذكر أنة " الاتصال يتخذ ثلاثة مسارات، أولها الاتصال الهابط من القيادات إلى القواعد وهو يشتمل على التوجيهات والتعليمات والبيانات والتفسيرات وغيرها، ثم هناك الاتصال الصاعد من الجماهير إلى القيادات وهو يشتمل على الملاحظات والشكاوي والخطابات التي يمثل التيار الأفقي ، الذي يسري بين فئات الجماهير في مستوياتها المختلفة.

ويذكر أيضا أن هذه التيارات جميعا ، لابد وأن تتفاعل وتنسق اتساقا متكاملًا، مما يساعد على تكوين الرأي العام ، وعندما تؤكد وسائل الاتصال بالتعاون مع التنظيم السياسي الذي يصل بين القيادات والجماهير أهداف الأمة وقيمتها فإنها تهيب الجو لتربية الشعب تربية سياسية سليمة.

وعلى ذلك فعلمية الاتصال هنا في جانبيين منها أو مرحلتين تقومان على الرأي العام وهي المرحلة الصاعدة والمرحلة الأفقية ، أما المرحلة الهابطة، فإنها تهتم بتوجيه الرأي العام ، ولابد لحدوث ذلك من التعرف عليه ، وقيام هذه المرحلة أيضا من هذا المنطلق.

ولو انتقلنا إلى الأشكال الأكثر شيوعا بين الجماهير من أشكال الاتصال الجماهيري.

لوجدنا أنها الراديو والتلفزيون والصحافة.

وهذه الوسائل الإعلامية الجماهيرية تهتم تحديد إطار أشكالها الاتصالية بالرأي العام وما يتقبله ، اهتماما لا يكاد يخفى على أحد .

فما إخراج البرامج وما يصاحبها من عمليات فنية، وما الأشكال التحريرية والقوالب الصحفية وما يبذل فيها إلا مراعاة للرأي العام ن وبتأثير منه ومن وحي ما يفضله وما يتقبله. وأما وسائل الإعلام المسموعة والمرئية الشائعة، وهي الراديو والتلفزيون فإن رسائلها الإعلامية، على اختلاف مضامينها وتنوعها.

فإنها تتخذ أشكالا جذابة مؤثرة، ذات مستوى عال في الكفاءة والأداء، مستخدمة في ذلك الرسائل الحديثة والمتطورة ، والتي تتقدم وتتغير باستمرار بناء على الدراسات والأبحاث الخاصة بالرأي العام وما يفضله.

وبذلك يلعب الرأي العام دوره في تحديد الأشكال الاتصالية الإعلامية المسموعة والمرئية ، ومن خلال الحرص على أن يتعرض لها، وحتى يدركها ويتقبلها ، وحتى تظل في ذاكرته، وبالتالي تؤثر فيه.

ومن هذا تتضح أهمية الشكل الخاص بالرسالة الإعلامية إلى جانب المضمون، فلو أن الأشكال الاتصالية الإعلامية الجماهيرية لم تكن متمشية مع أذواق الرأي العام ، فلن يتعرض لها، وبالتالي لن يتعرض لمضمونها، ولن يتأثر بها.

وبهذا تكون المهمة الإعلامية قد فشلت منذ بدايتها بالإذاعة الصوتية والمرئية – كما يقول خبير التلفزيون (مارتن اسلين) بالنسبة للكم والكيف تستطيع أن تصبح على الأقل الفن الشعبي العظيم ، للإنسان الحديث، ذلك أن الكمية الهائلة من المواد التي تنتجها، والعدد الضخم من الشعوب التي تخاطبها تضي عليها طابع الفن الشعبي القائم على مطالب الجماهير، لا على أذواق الصفوة المختارة.

وهذا يدل على مدى مراعاة أذواق المستقبلين، القائمة على دراستهم المتكررة والمتتالية، لتحديد شكل البرامج أو المسلسلات، أو القوالب الفنية الإذاعية، التي نصب فيها المضامين التي نريدها أن تصل إلى هذه الجماهير.

مما يلفت النظر إلى متابعتها بداية، ثم التعرض لما فيها، وإعمال الفكر فيها، مما يدفع إلى التأثير وبالتالي الاستجابة، وهو الهدف من الإعلام في حد ذاته.

ويحدث الشيء ذاته في الصحافة، فالصحافة، كما يعلم القارئون على أمرها أنها مع كونها أكثر قدما من الإذاعة بشقيها المسموع والمرئي، ومن الوسائل الأخرى كالسينما والمسرح، إلا أنها قد تأثرت بهذه الوسائل ولو بنسبة قليلة.

كما أنها مادة مقروءة أي لا بد من الإلمام بالكتابة والقراءة لإمكان قراءتها، وأيضا مع ذلك فالمادة المكتوبة ثقيلة على النفوس أكثر من المادة المسموعة أو المرئية، وذلك مع ما لها من مميزات مثل البقاء وإمكانية العودة إليها، وتعدد فرص الاستفادة منها.

وأمام ذلك كان على الصحافة والصحفيين أن يدركوا أنهم أمام موقف ليس بالسهل، وهو كيفية جذب القراء، والمحافظة على ذلك، لإمكان ضمان الاستمرارية لصحافتهم وعدم فقدهم لجماهيرهم.

ولتحقيق ذلك كانت دراسات الرأي العام والاستفادة منها في تحديد أشكال التحرير الصحفية الأكثر أفضلية لدى القارئ، والتي تجعل الرسالة الإعلامية الصحفية وقراءتها أكثر تأثيرا، ومن هنا تطور الفن الصحفي.

والصحافة بعد أن أصبحت صناعة من أهم الصناعات الضخمة يهتما إلى جانب رسالتها، الوصول إلى هذا العدد الضخم من القراء نظرا للتكاليف الباهظة التي تتكلفتها الصحيفة اليومية الكبيرة، ومن أجل ذلك لا بد أن تتعرف الصحيفة على أسباب اجتذاب الجماهير،

أو القراء فهل لكي تجتذب جمهورا كبيرا من القراء، ينبغي أن تعني بالناحية الفنية، والمادة الترفيهية أكثر من المادة الجادة.

ولكي تفعل الصحيفة ذلك، أي أن تصل إلى أكبر عدد من القراء بالطبع ليس الحل الأمثل أن تهتم بالجانب الترفيهي على حساب المادة الجادة، وإنما كان الحل، هو تقديم المادة الجادة في شكل فني جذاب يرضي أذواق الجماهير، ومن هنا كانت أهمية فن الإخراج الصحفي.

ويهدف فن الإخراج الصحفي إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية هي:

الارتفاع بالإنقرائية، وهي قابلية الصحافة لكي تكون مقروءة في يسر وسهولة، دون أي عائق وعرض الموضوعات المختلفة بطريقة تتفق مع أهميتها سواء بالنسبة لحجمها أو عناوينها أو ترتيبها في أجزاء الصفحة الواحدة.

وكذلك تصميم الصفحات بأساليب جذابة ومشوقة، ومحقة للمعاني المستهدفة، على أن يتم ذلك كله بطريقة مدروسة تضي على الصحيفة سمات محددة تكون شخصيتها، وتميز ملامحها، فيعرفها القارئ من أول وهلة، ويكون معها ما يشبه الصداقة أو الألفة، حتى أنه يؤثرها على غيرها ولا يرضى عنها بديلا.

وبالتبع فإن هذه الأهداف الخاصة بالإخراج الصحفي لا تتحقق إلا بناء على دراسة عقلية القارئ ونفسيته وسلوكه البصري أثناء القراءة، إلى جانب معرفة أوقات القراءة المفضلة وكثرتها أو قلتها، لدى الجمهور، لتحديد شكل الموضوعات من حيث الطول والقصر، أي من حيث الحجم.

وفي ذلك يذكر الدكتور إبراهيم إمام أيضا أن الصحف قد درجت على سبر غور الرأي العام، وقياسه ومعرفة اتجاهاته، نحو الموضوعات المختلفة التي تنتشر.

ويذكر أنه لا بد من تكرار عملية قياس الرأي العام واتجاهاته لتعديل السياسة الإخراجية، بناء عليها، ذلك أن أذواق القراءة تختلف وفقا لأعمارهم وفئاتهم وثقافتهم.

فصحف الكبار تختلف عن الصحف الموجهة للأطفال، وصحيفة الطبقة العاملة، تختلف عن صحيفة الفلاحين، وتلك تختلف عن صحيفة الأطباء أو القضاة أو المثقفين، فقد تستخدم الرسوم الإيضاحية والرسوم والنماذج في صحيفة العمال أو الفلاحين، ولكن يمكن الإقلال من هذه العناصر في صحف المثقفين.

كذلك فإن على المخرج الصحفي دراسة ومعرفة عادات الناس القرائية، ودراسة الألوان وتأثيرها النفسي، والارتباطات النفسية الخاصة بها، كما يجب أن يهتم بعلاقات كل هذه الأشياء بالنواحي الفسيولوجية لدى القراء.

من هنا يتضح لنا أن الرأي العام يلعب دورا في تحديد شكل الرسالة الإعلامية سواء في الإعلام الشفوي أو الإعلام الجماهيري كما يؤثر الرأي العام في اختيار وسائل الإعلام وتحديد الوسيلة التي تناسب الرسالة المعينة، لإمكان إحداث التأثير المطلوب.

وهكذا تتضح أهمية وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام في تشكيل وتكوينه في إطار هذه العلاقة.

وكم هو مخيف الرأي العام حين يمسك بخيوط حقائق السلوكيات المخابراتية الخفية ففي يوم 13 تموز 1987 م هددت الحكومة البريطانية برئاسة مارغريت تاتشر بواسطة وسائل الإعلام البريطانية، بسبب ما نشرته من معلومات ضمها كتاب ضابط المخابرات البريطاني المتقاعد (بيتر ارنت) بعنوان (صائد الجواسيس) الذي قد طبع ووزع في الولايات المتحدة قبيل ذلك.

وكانت بريطانيا قد منعت من دخول هذا الكتاب إلى أراضيها في سابقة هزت وضعية حرية الإعلام وهددتها، وهو كتاب فضح فيه المؤلف كيف تتجسس بريطانيا ليس على البلدان النامية، بل تجاوزت بذلك حتى على بلدان غربية من حلفائها الأعضاء الدائمين في مجلس الأمن الدولي، التابع للجمعية العمومية لهيئة الأمم المتحدة كفرنسا.

فقد كشف الكتاب في جانب منه عن التقنيات الفنية التي اعتمدت في وضع أجهزة تنصت داخل السفارة الفرنسية بلندن، خلال الفترة المحصورة بين سنة 1960 – 1963.

إن الضجة التي أثارها الكتاب من خلال توزيعه ونشره في الصحيفة البريطانية ما كان لها أن تكون لولا إدراك حكومة تانتشر المحافظة إن معلومات الكتاب ستلهب الرأي العام البريطاني الذي صدم من هذه المعلومات التي كان يظن أنها ستبقى سرية .

ولكن لا سرية لأي معلومات اليوم بعد انتشار وسائل الإعلام وتنامي نفوذها الجبار في تشكيل الرأي العام وتوجيهه مما جعل الحكومات قاطبة وأصحاب المصالح يحسبون حساباً للإعلام من جهة وللرأي العام من جهة أخرى. (كامل خورشيد مراد، 2011، ص 190).

الرأي العام في المجتمعات النامية :

من ظواهر هذا المجال من العراق حيث أن هناك وسائل تؤثر في صنع الرأي العام مثل دور العبادة والجوامع والحسينيات والكنائس فضلاً عن منابر الخطباء والدعاة وقراء المراثي، فهؤلاء لهم دور في توجيه الأفراد والجماعات إزاء مختلف القضايا. (د. هيثم هادي الهيتي ، 2014، ص 81).

تقف مقومات متعددة أمام قيام رأي عام ناضج في بلدان العالم النامية، وأبرز تلك المعوقات:

1 – سوء الحالة الاقتصادية وما تؤدي إليه من تخلف الشعوب وانتشار المرض والجهل والفقر.

2 – الافتقار إلى وعي سياسي ناضج لدى المواطنين لعدم الاهتمام بأسباب وعوامل تتعلق بالتربية والثقافة السياسية وحدود المشاركة.

3 – ضعف أجهزة الإعلام لدى هذه الدول.

4 – تعمل السلطات في كثير من الدول النامية على خلق رأي عام رسمي أي موال للحكومات.

الاقتراح العام هو الطريقة التي تمكن الفرد من المشاركة في ممارسة السلطة، وهذه المشاركة يمكنها أن تكون مباشرة عبر الاستفتاء الشعبي.

كما يمكنها أن تكون غير مباشرة بواسطة انتخاب هيئة تمارس أعمالها باسم المواطنين، وقد تكون هذه الهيئة جماعية لمجلس النواب أو سلطة فردية كرئيس الجمهورية أو الاثنين معا. إن الاقتراح ، في الديمقراطية الليبرالية لا يمكن أن يكون إلا اقتراحا عاما فالمساواة السياسية تقضي بأن يشارك الجميع باختيار ممثليهم في السلطة .

كما أنها تقضي بإعطاء صوت واحد لكل مواطن ، والقاعدة المعتمدة في الاقتراح العام هي قاعدة الأكثرية لان الإجماع صعب إن لم يكن غير قابل للتحقيق، أما القرارات فتتخذ بالأغلبية.

إن الديمقراطية تعني بطبيعتها أنها حكومة الرأي العام، وهي ليست كذلك لأنها تنتج فقط بسبب عملية الاقتراح التي يمكن أن توزع السلطة باتجاه أو بأخر حسب إرادة المقترعين، بل ولأنها بقدر ما تنجح تكون حصيلة مجموعة من التناحر:

تناحر معقد، تناحر بين الحكام والمحكومين، بين الدولة والفرق الاجتماعية ، بين مختلف جماعات الأمة، بين الأحزاب السياسية ، بين المؤسسات والفئات الاجتماعية.(د. أحمد سرحال ، 1990، ص 170).

قياس الرأي العام:

ترجع بدايات الاهتمام ببحوث الرأي العام وقياساته، في المجتمعات الغربية، إلى عام 1824، حينما نشرت صحيفتنا هاريسبورغ بانسلفانيا ورايغ ستار الأمريكيتان للمرة الأولى نتائج اثنين من اقتراعات التجربة بمناسبة الانتخابات الأمريكية ، وقيام بعض المؤسسات

التي تهتم بالتجارة والتسويق ، باستطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات، فيما كان يسمى بالاقتراع الأولي الهادف إلى معرفة ما يرغب به الزبائن ويستطيعون شراءه بدلا من أن تفرض عليهم المؤسسات بضائعها، وكانت دراسات السوق هذه استطلاعات حقيقية للرأي العام.(جان ستوتزل وآلان جيرار، 1982، ص 40).

ولكن تلك الطرق المتبعة في ذلك الوقت ، كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح، فالعينات كانت غير ممثلة للمجتمع ومتحيزة نسبيا لذوي الدخول المرتفعة ، مما جعلها غير موثوقة ولا يمكن تعميم نتائجها على طبقات المجتمع كافة.

وجرى بعد ذلك الانتقال من مرحلة التكهّنات التي اتبعتها الصحف قديما في التعرف على الرأي العام ، إلى مرحلة المنهجية العلمية في مجال قياس الرأي العام، من خلال محاولة الحصول على عينات ممثلة لمجتمعاتها .

وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية ، لأنها أقل تكلفة من وجهة نظر أهل التجارة والمسوقين ، ولسرعة الإنجاز المتحقق باستخدامها.

واتبع طرق المعاينة الحصصية كل من : جورج غالوب الذي أنشأ معهد غالوب للرأي العام 1935، وغيره من المهتمين بقياسات الرأي العام ، مثل روبرت كروزلي وهادلي كانتريل .

وقد حققت عملية قياس الرأي العام نجاحا كبيرا في التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية التي جرت عامي 1940 – 1944 وبطبيعة الحال مرت طريقة قياس الرأي العام بعدة مراحل قبل أن تستقر على مناهج وأدوات وأساليب خاصة بها.

وتحتل عملية قياس الرأي العام في العصر الحاضر أهمية متزايدة إذ إن هذه العملية التي أصبحت تستخدم الأدوات والمناهج الأكثر دقة.

تعتبر خطوة أساسية في العملية الديمقراطية ، لأنها تعتمد صناعات القرارات بتركيب يشرح

التغذية المرتدة ويسهل التعرف على آراء الناس والتأكد من قوة الاتجاهات ومصدرها وسير أغوار الرأي العام إزاء بعض القضايا التي تعنيه.

كما تدل هذه البحوث على درجة فهم الجمهور لقرارات الحكومة وتصريحات الزعماء، ورد فعل الجمهور للقرارات السياسية وغيرها، أي أن وظيفة التغذية المرتدة الخاصة ببحوث الرأي العام قد حظيت باهتمام كبير هي الأخرى،

وقياس الرأي العام والتعرف عليه يكون بطرق كمية وأخرى كيفية، وهذه الطرق تختلف فيما بينها من حيث دقتها واكتمالها وتكاليفها. والطريقة الكمية هي ما يعبر عنها أحيانا بأسلوب الاستفتاء.

أما الطرق الكيفية فلها منهجان: المسح العام وتحليل المضمون، ويدخل في إطار المسح العام أساليب المقابلة والملاحظة والمناقشة، وغيرها من الطرق التي تختلف أشكالها ودرجة شدتها وعمقها في قياس الرأي العام.

المحاضرة التاسعة و العاشرة: قياس الرأي العام

مفهوم قياس الرأي العام:

يرى الدكتور أحمد زكي بدوي أن المقصود بقياس الرأي العام أو استطلاع أو استفتاءه هو الوقوف على اتجاهات الرأي العام تجاه قضية عامة أو عدة قضايا يدور حولها الجدل أو النقاش وتمس المصالح العامة للمواطنين. (أحمد زكي بدوي، 1985، ص 133).

وتشير الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية في تعريفها لقياس استطلاعات الرأي العام، إلى أن قياس الرأي العام يتضمن تحديد ردود أفعال الأفراد الذي تتمثل عادة في كلمات أو عبارات محددة في ظروف المقابلة.

ويتناول هذا المنظور القياس عادة، وكيف يتسع محيط الرأي لكي يشمل المتغيرات الجغرافية أو المستويات الاقتصادية والاجتماعية أو المتغيرات الدينية أو الجماعات الإثنية التي يضيق قياس الرأي أحيانا عن الإحاطة بها فينحصر في بعض المتغيرات دون غيرها.

يعد قياس الرأي العام وسيلة للتحقق من عادات وألويات الأفراد والجماعات ، من خلال ردود أفعالهم (إجاباتهم) على عبارات وأسئلة مصوغة صياغة علمية ، وهو ينير الطريق أمام المشرعين ، وغيرهم من الذين يرغبون في معرفة حالة الرأي العام معرفة دقيقة، إزاء قضية معينة، ويكشف مواطن الجهل في الناس .

ويبين أثر الإعلام فيهم، ويساعد على تعليمهم وتثقيفهم، ويلقي الضوء على الفجوات التي تفصل بين أعمال الساسة وغيرهم من القادة، وبين حاجات الجمهور والهيئات الخاصة، ويدفع إلى تكوين الآراء والميول.

وتمثل قياسات الرأي العام نقطة الالتقاء لعلوم متعددة، هي علم السياسة والنفوس والاجتماع والاقتصاد والانثروبولوجيا، فضلا عن الإحصاء والرياضيات ، مما أدى إلى إسهام كل علم من تلك العلوم بخبراته المنهجية ، في تدعيم قياسات وبحوث الرأي العام وأساليبها المنهجية، بحيث أصبحت تجمع بين القياسات الكمية المبنية على الأسلوب الإحصائي والمعالجات الرياضية، وبين الأساليب الكيفية متمثلة في الملاحظة الجماهيرية .

وبذلك أصبحت البحوث المتكاملة للرأي العام لا تقتصر على أسلوب دون الآخر، بل تحاول المزج بين أكثر من أسلوب توخيا للدقة والعمق والشمول.(د. حميدة سميسم، 2002، ص 46).

أهمية قياس الرأي العام:

تفرض دينامية الرأي العام وتغيره المستمر – كما يقول الدكتور سمير حسين – على صانعي السياسات و متخذي القرارات سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي،

وسواء على المستوى القومي أو القطاعي أو الجزئي والمركزي أو المحلي، قياس الرأي العام تجاه القضايا المختلفة قياسا دقيقا وبشكل مستمر ودائم .

وذلك بهدف معرفة الواقع الفعلي ودراسة مشكلات الملحة، وتقييم ما تم التوصل إليه بصورة صحيحة عما لدى الجمهور من معلومات وآراء واتجاهات. (د. سمير محمد حسين، 1997، ص 91).

ويتيح القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام لدى الجمهور، أو لدى فئات مختارة منه، الفرصة للمنظمات المختلفة في اتخاذ قراراتها على ضوء الحقائق الموضوعية، كما يسمح للدولة وللنظمات المختلفة فيها .

أن توجه الرأي العام وتحشد قوته وتركزها، بما يساند ويعزز أنماط التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهو ما يتوافق مع الاتجاهات الحديثة في التأثير على الرأي العام على أساس قاعدة التوجيه نحو الأهداف القومية بالاستخدام الواعي للإعلام والاتصال.

ولأهمية الرأي العام هذه، بدأ المشرعون ونواب الشعب يفيدون من الوسائل الفنية المستخدمة في عملية قياس الرأي العام، وذلك باكتشاف مشاعر الجماهير بالنسبة للمسائل المهمة أو بإظهار اهتمامهم بأراء الجماهير أو باعتبار القياس عملية تعليمية في حد ذاتها للناخبين.

كما اهتمت الكثير من المصالح الحكومية بقياس الرأي العام وما الإحصاءات السكانية التي تقوم بها الهيئات الحكومية المختصة كل خمس أو عشر سنوات إلا شكل من أشكال القياس.

وتؤدي مؤسسات ومعاهد قياس الرأي العام في الدول الديمقراطية دورا مهما في التعرف على وجهة نظر أغلبية الشعب ، ويسترشد الحكام الديمقراطيون بنتائج استقصاءات الرأي العام ، قبل اتخاذ أي قرار أو سن أي قانون يهم عامة الناس.

وتفيد بحوث الرأي العام في توفير المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل نتائج استطلاع الرأي العام وقياس اتجاهاته على أسس موضوعية، ومعرفة سليمة وواضحة، ومستنيرة للاستفادة منها في التخطيط الإعلامي.

ويتضمن هذا النوع من البحوث إجراء دراسات لتحليل مضمون ما ينشر أو يعرض أو يذاع من خلال وسائل الإعلام المختلفة، لمعرفة الآراء والاتجاهات السائدة حول مختلف القضايا المثارة بالنسبة للرأي العام الدولي.

كما تستخدم أيضا للتعرف على مقومات الرأي العام في دولة ما، وعلى عادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام، أو للكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم، والتعرف على الرأي العام في أغلب الأحوال، يتم من خلال استطلاعات تجريها مؤسسات متخصصة على عينات ممثلة للمجتمع أو مجتمع الدراسة. (د. عبد الكريم علي الديبسي، 2011، ص 186).

قياس الرأي العام وأهميته الاجتماعية:

يقصد بقياس الرأي العام أو استطلاع أو استفتاءه الوقوف على اتجاهات الرأي العام إزاء قضية ما يدور حولها الجدل والنقاش وذات صلة بمصالح المواطنين.

وتمثل قياسات الرأي العام نقطة الالتقاء لعلوم متعددة هي علم السياسة والنفس والاجتماع والاقتصاد والرياضيات والإحصاء.

وقد ظهرت بحوث الرأي العام وقياسه في المجتمعات الغربية المتقدمة منذ أكثر من نصف قرن، ومرت خلال تطورها بعدة مراحل، توصلت إلى مناهج وأدوات وأساليب خاصة بها، ومواثيق أخلاقية تحكم عملها وتضبط أداءها بدءا من اختيار موضوع القياس وحتى نشر نتائجه.

الرأي العام يقاس أو يستطلع أو يستفتى، بقضايا مثيرة للجدل تمس مصلحة المجموع.

قياسات الرأي العام تمثل نقطة التقاء علوم متداخلة منها:

1 - علم السياسة.

2 - علم النفس .

3 - علم الاجتماع.

4 - علم الاقتصاد.

5 - علم الإحصاء.

6 - علم الرياضيات.

وتولي مختلف الحكومات أهمية كبرى لقياسات الرأي العام، سواء من خلال قدرتها على استشراف رأي عام يمكنها من اتخاذ القرار، سواء لتلبية حاجة مجتمعاتها أو التعامل مع المشكلات المستجدة، أو تصحيح رؤية حيال القضايا التي يستهدفها هذا القياس.

وتكمن أهمية قياس الرأي العام في كونه أحد قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وهو أحد القنوات المهمة في استشراف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية أو مسائل مستجدة تستلزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع القرار على مائدة المسئول من خلال رؤية تقدمها تلك الاستطلاعات.

خاصة إذا ما كانت استطلاعات تقوم عليها مراكز مهنية ومحترفة ومستقلة.

إلا أن هناك إشكالية علمية تشخصها الدكتورة حميدة سميسم لدى استعراضها طرق قياس الرأي العام وهذه الإشكالية تتصل بمدى تمثيل الرأي العام لرأي الأفراد المكونين له.

إذ لاحظ العديد من العلماء أن الرأي العام قد لا يكون بالضرورة هو رأي الأفراد الكونيين له، والبعض الآخر من الباحثين يرى أن الرأي العام يتحول إلى عقل المجموعة المفكرة مع إرادة خاصة به،

مما يجعل الجماعة تتصرف بطريقة لا يمكن أن يتصرفها أي فرد من الجماعة إن كان بمفرده وتعرض لنفس الظروف.

مصطلحات قياس الرأي العام:

1 - مجتمع البحث:

هو المجتمع الذي تجري عليه استطلاعات الرأي العام ويخضع لإجراءات قياس الرأي العام.

2 - الباحث: هو الشخص الذي يجري عملية قياس الرأي العام.

3 - المبحوث:

هو الفرد الخاضع لعملية قياس الرأي العام إما بالاستفتاء أو المسح أو تحليل المضمون.

4 - مشكلة البحث أو الظاهرة:

هي المشكلة أو الموضوع أو الظاهرة التي تخضع للبحث والقياس.

طرق قياس الرأي العام:

ويلجأ الباحث في مجال الرأي العام إلى أحد هذه الطرق:

1 - طريقة الملاحظة أو المشاهدة العلمية:

وسيلة الملاحظة:

وتستخدم هذه الطريقة في عديد من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية، التي تعتمد على عديد من الملاحظين والمراقبين لقياس الرأي العام عن طريق ملاحظة جمهور الرأي العام للوقوف على آرائهم عن طريق ملاحظة التصرفات السلوكية، من شائعات ونكات سياسية وتعليقات متداولة بين الجمهور حيال المشاكل العامة.

2 - طريقة المقابلة العلمية:

وسيلة المقابلة:

وتستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية والتسويق. وتعني التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين الشخص أو الأشخاص المطلوبة معرفة آرائهم.

3 - طريقة الاستقصاء أو الاستفتاء:

أداة الاستفتاء: استمارة استبيان أو استمارة استبانة كما تعرف في بعض الحالات.

إجراءات الصدق والثبات في تصميم أدوات بحوث الرأي العام:

ويقصد بإجراءات الصدق والثبات التحقق من أن الأداة التي استخدمت في البحث العلمي (الاستبانة) مثلا قاست فعلا ما وضعت لقياسه؟ هل قاست القدرة الإدارية مثلا أم لا؟ وللتأكد من صدق الأداة هناك أساليب أبسطها هو صدق المحكمين على اعتبار أنهم مختصون في هذا المجال لإبداء الرأي بالاستبانة وعمّا إذا كانت الأسئلة موضوعية وهنا يجب الإشارة إلى أن المحكم لا يقيس صدق الأداة أو ثباتها وإنما يقدر ذلك تقديرا.

أنواع الصدق:

1 - الصدق الظاهري:

إذا كان مظهر الأداة يدل على قياس ما وضعت لقياسه.

2 - صدق المحتوى:

إذا كان محتوى الأداة يقيس أبعاد ومفاهيم الدراسة ومن طرق قياسه معاملات الارتباط.

3 - صدق المفهوم:

يتعلق بالبناء المفاهيمي أي أن تقيس الأداة المفهوم موضوع الدراسة.

4 - الصدق العملي:

يهتم بتحليل الصفة المقاسة إلى عناصر لمعرفة مدى قياسها للصفة المقاسة.

5 - صدق المحك:

يعني مدى ارتباط المقياس مع معيار محدد (محك) فيكون الاختبار ناجحاً إذا كان المحك صادقاً في الكشف عما جاء به المحك.

6 - صدق التنبؤ:

يعتمد على مدى تنبؤ المقياس للواقع.

7 - الصدق التلازمي:

اتفاق نتائج مقياسين يقيسان نفس الصفة واحدهما معروف بالصدق والثبات.

الثبات:

يدل على اتساع النتائج بمعنى إذا كرر باحث آخر القياس وحصل على نفس النتائج فهذا هو الثبات، والثبات في أغلب حالاته هو معامل ارتباط.

وهناك عدد من الطرق لقياسه ومن أكثرها شيوعا والتي يمكن من خلالها قياس الصدق والثبات هي طريقة (كرنبا خالفا) والتي تعتمد على الاتساق الداخلي وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض، ومع كل الأسئلة بصفة عامة.

ومن مقاييس الثبات أيضا طريقة إعادة الاختبار وطريقة الصورة البديلة وأخيرا طريقة تجزئة الاختبار إلى نصفين.

إن المهم في الأداة الصدق والثبات ومن المهم جدا أن نقيس الأسئلة ما وضعت فإذا كان المراد قياسه هو القدرة القيادية مثلا فيجب تحويل المفهوم إلى قياس.

وقد يكون هذا المفهوم واحدا أو متعدد وسواء تعدد المفهوم (بناء مفاهيم) أو لا فيجب أن تقيس الأسئلة هذا المفهوم.

فلو قلنا أن المراد قياسه مدى الرضا الوظيفي، فهنا المفهوم ليس واحدا وإنما متعدد ففي جزئية منه الرضا عن الراتب، والرضا عن الزملاء....الخ.

إن يجب أن تقيس الأسئلة هذه المفاهيم ، وهذا هو الأساس في وضع الأسئلة أما فقط تكديس أسئلة في الاستبانة دون أن يكون هناك رابط بينهم أو أنها لا تهدف إلى قياس ما وضعت له فهذا خطأ.

أسئلة قياس اتجاهات الرأي العام:

من البديهي أن المقدمات الصحيحة تقود إلى نتائج صحيحة، والعكس صحيح ونسوق هذه

البديهة لأن من الأخطاء التي يقع فيها بعض الباحثين وضع أسئلة تكون خاطئة من الأساس كأن تكون أسئلة الاستبانة لا اختلاف فيها فتتولد نتائج خاطئة علميا ومنها ما يأتي:

1 - أن تكون الأسئلة: ايجابية - سلبية - محايدة - أي أن الإجابات تتوزع بين هذه المعايير المختلفة.

2 - أن تتمحور حول (معنقد - سلوك - عاطفة) مثل (أحب - لا أحب - اعتقد - لا اعتقد - أرى - لا أرى - أقوم - لا أقوم الخ).

بحيث تعكس الإجابات هذه الجوانب الثلاثة، مضافا إليها الجوانب الأخرى لكي تنتج الأداة خليطا يقيس الاتجاه بوضوح ودقة.

أما أن يسأل الباحث مثلا: (الاحتيال مرفوض: أوافق - أوافق بشدة - لا أوافق). فهنا لا نتوقع أن يأتي شخص ويقول أن الاحتيال غير مرفوض، وكذا الحال بالنسبة لسؤال: (إمارة الأذى عن الطريق صدقة) فلا يتوقع أن يأتي شخص ويقول غير ذلك وهكذا.

فكل هذه الأسئلة معروفة إجابتها مسبقا ولا خلاف بين الناس فيها لذلك يجب تجنب أمثال هذه الأسئلة المعروفة إجابتها مسبقا.

والسبب في ذلك أن الباحث يسعى في المحصلة للوصول إلى اختلافات وفروقات بين الناس، والدراسة التي فيها فروقات واختلافات بين الناس يعد المتغير فيها (ثابت) وليس متغيرا ، وبالتالي لا يوجد تحليل.

فلو قلنا مثلا أن كل واحد من المبحوثين راتبه ألف دولار مثلا فلا يصبح هناك دخل متغير بل ثابت.

ومن هنا عندما يطرح الباحث أسئلة متشابهة الإجابة فإن النتيجة تكون ثابتة ولا يمكن

تحليلها وكثير من الطلاب يصيغون أسئلتهم بهذا الشكل ويأخذون موافقة المحكمين عليها ولكنها خاطئة بهذا الشكل.

مستويات القياس:

وهو قياس المتغيرات ، وحتى يمكن ذلك تنطلق الاستبانة من أربعة مستويات متدرجة من الأضعف إلى الأقوى.

ويمكن أن تستخدم في الدراسة الواحدة جميع المستويات ولكن كنقطة أساسية إذا أمكن للباحث استخدام مستوى أقوى فلا يستحسن له استخدام أو قياس المستوى الأدنى حيث إنهما كان مستوى القياس أقوى كلما كانت النتائج أقوى.

والقياس نوعان: قياس مجرد (نظري) وقياس إجرائي والأخير يتم عند تحويل القياس من مستوى نظري إلى مستوى إجرائي (كأن تقول أن الشخص البدين هو الذي يزيد وزنه عن 100 كجم) وهكذا سواء عند قياس الولاء أو خلافه حيث يتحول المفهوم من نظري إلى قياس.

والقياس يعني إعطاء أرقام للأشياء وفق قواعد محددة ففرضا نقول: أن رقم 1. هو ذكر ورقم 2 أنثى.

ومن المهم أن يحدد الباحث المستوى الذي يقيس فيه متغيرات دراسته، وذلك من خلال تحديد وحدة التحليل أولا ومن ثم خصائص هذه الوحدة فقد تكون وحدة التحليل الفرد أو السلوك أو المنظمة.

فمثلا خواص الفرد هي العمر، الطول، الوزن، والتعليم، وهذه الصفات أن أخذت قيما متباينة تسمى متغيرات وقياس هذه المتغيرات تعطي أرقا وفق قاعدة ومن ثم تقاس وفق المستويات الأربعة وهي:

1 – المقياس الاسمي: (يتعلق بالأسماء والفئات والتصنيف) الأرقام هنا غير حقيقة فتقيس مثلا ما رمز له برقم 1. وهو يمثل الذكور ورقم 2. و هو يمثل الإناث.

وأكثر شيء يمكن أن نخرج به من هذا المقياس هو كم عدد الذكور والإناث ونسبتهم فقط وهو يعطي القيمة الأكثر تكرارا.

2 – مقياس الرتب: يعني ترتيب الصفة المقاسة فمثلا لو قسمنا الولاء التنظيمي فهنا نقيس من هم الأكثر ولاء والأقل الخ وكذا لو أردنا قياس الصف من ناحية التحصيل فهناك الأول والثاني الخ....

كما يمكن أيضا قياس صفات أخرى كالسرعة والوزن والولاء الخ..... ولهذا المقياس ميزة أنه يعطي من هو الأكثر والأقل أو الأسرع والأبطأ أو الأطول والأقصر الخ، ومقياس الرتب هو القيمة التي تقسم المجموعة إلى قسمين متساويين.

3 – مقياس الفترات: يعني تساوي الأجزاء مثلا لو قست الفترات فيجب أن تكون الفارق بين الفترات ثابت كخمسة أو عشرة أو الخ.... كقياس العلامات مثلا من 90- 95 فالفترة هي واحدة أينما وقعت.

وهذا المقياس يمكن أن يعطيك الفرق بين أي جزء كان تقول إن هذا حصل على ضعف الأول أو على نفس الشيء مثلا.

4 – مقياس النسبة: وهو قليل الاستخدام في العلوم الاجتماعية وهو في نفس مقياس الفترات إلا أن الصفر مطلق (أي غياب الصفة المقاسة تماما).

فعندما نقول إن الحرارة مثلا صفر مطلق أي لا وجود لها وهذا يختلف عن الصفر المئوي العادي الذي يعني درجة التجمد، أو الصفر النسبي أي نسبة إلى معيار معين، أو الصفر الجامعي أي أن يأخذ الطالب الأقل مستوى مثلا درجة 35 سواء أجاب أو لو لم يجب.

ولكن كملاحظة أساسية في هذه المقاييس الأربعة هي أن كل مقياس حسب هذا الترتيب يشمل على صفات المقياس الذي يسبقه بالإضافة إلى صفته الجديدة فمقياس الرتب مثلا يشمل صفات مقياس الفئات.

ويرتبط بهذه المقاييس تحديد نوعية تحليل البيانات فمثلا في المقياس الاسمي هناك أساليب قياس خاصة لا يجوز استخدامها على سبيل المثال مع المقاييس الأخرى.(كامل خورشيد مراد، 2011 ، ص 231).

قائمة المصادر والمراجع

- 1 - د. هيثم هادي الهيتي " الرأي العام بين التحليل والتأثير " دار أسامة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2014، الأردن ، عمان .
- 2 - د. كامل خورشيد مراد " مدخل إلى الرأي العام " دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، 2011، الأردن ، عمان.
- 3 - د. عبد الكريم علي الديبسي " الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه " دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية ، 2016، الأردن ، عمان.
- 4 - د. سناء محمد الجبور " الإعلام والرأي العام العربي والعالم " دار أسامة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، 2010، الأردن ، عمان.
- 5 - د. نزهة حنون " الرأي العام والوسائط الجديدة " ألفا للوثائق نشر واستيراد وتوزيع الكتب ، الطبعة الأولى ، 2023، الأردن ، عمان.
- 6 - د. هيثم هادي الهيتي " الرأي العام بين التحليل والتأثير " دار أسامة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2012، الأردن ، عمان .
- 7 - د. بسيوني إبراهيم حمادة " الرأي العام وأهميته في صنع القرار " ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، 2002، أبو ظبي.
- 8 - د. سليمان صالح " وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية " دار حنين للنشر والتوزيع ، 2005، الأردن ، عمان.
- 9- محمد صاحب سلطان (العلاقات العامة ووسائل الاتصال)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى 2011، عمان، الأردن..
- 10- د. عبد الرزاق محمد الديلمي (الإعلام والتنمية)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى 2012، عمان، الأردن.

- 11- د. سناء محمد الجبور (الإعلام والرأي العام العربي والعالمي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، عمان، الأردن.
- 12- د. فؤاد منصور الحكيم (سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري)، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، عمان، الأردن.
- 13- د. حميد الطائي و بشير العلق (أساسيات الاتصال نماذج ومهارات)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، عمان، الأردن.
- 14- د. كامل خورشيد مراد (الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور الخصائص النظرية)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى 2011، عمان، الأردن.
- 15- د. صلاح خليل أبو أصبع (الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة)، دار البركة للنشر والتوزيع، الطبعة السادسة، 2010، عمان، الأردن.
- 16- هالة منصور (الاتصال الفعال) المكتبة الجامعية، الأزايطة، الإسكندرية، 2000.
- 17- د. فؤاد أحمد الساري (وسائل الإعلام والتطور)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، عمان، الأردن.
- 18- د. فؤاد أحمد الساري (وسائل الإعلام والتطور)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، عمان، الأردن.

