

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي.



جامعة عمار تليجي الأوغاط.



كلية العلوم الاجتماعية.

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا.

مطبوعة بعنوان:

## الإتصال والرأي العام

الـ مستـ وى: ثانية ماستر.

السداسي الـ ثالـ ث..

التخصص: علم الاجتماع الاتصال.

إعداد:

د/ بساس بلخير

أستاذ محاضر "أ" بقسم علم الاجتماع.

السنة الجامعية: 2022-2023.

- اسم المادة : الاتصال والرأي العام (مادة إجبارية).

- اسم وحدة التعليم : أساسية.

- المعامل : 02.

- الأرصدة : 05.

- طريقة التقييم: إمتحان كتابي + مراقبة مستمرة.

السداسي:الثالث:

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية.

اسم المادة: الاتصال والرأي العام.

الرصيد: 5.

المعامل: 2.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ

امتحان كتابي + مراقبة مستمرة.

-يهدف هذا المقرر الدراسي الى تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف العلمية للطلاب في خضم تخصصه علم الإجتماع الإتصال فيما يخص مقياس الإتصال و الرأي العام ، بل و فتح مداركه العقلية من أجل نشاطه الذهني ، ويوسع من خياله وتفكيره العلمي ، ويزيد من فضوله و الرغبة البحثية لديه وذلك من خلال:

-التعريف بميدان حري بالبحث و الدراسة ، بل و حديث الساعة بالنسبة للمجتمعات المتحضرة و المعاصرة التي تهتم بالرأي العام و تعي أهميته في ضمان التوازن و الإستمرار.  
- التعريف بالرأي العام و بنشأته و مراحل تطوره التاريخي من حيث التسميات لدي المجتمعات و الحضارات البائدة.

-مناقشة عناصر و خصائص و وظائف و مظاهر و قوانين الرأي العام.  
- عرض المفاهيم القريبة من الرأي العام من أجل رسم الخارطة الذهنية و وضع الحدود الجغرافية لمفهوم الرأي العام .

- التعريف بظاهرة الرأي العام و علاقتها بالعلوم الإجتماعية و الإنسانية .  
- عرض تجليات الرأي العام (أقسام و تصنيفات الرأي العام).  
-توضيح كيفية تشكل الرأي العام و عوامله

-دراسة علاقة الرأي العام بالمجتمع المدني و بوسائل الاتصال التقليدية والحديثة المساعدة على تكويده .

-دراسة علاقة الاتصال بالرأي العام و العلاقة بين نوعية المجتمع والرأي العام كصفات وطرق قياس الرأي العام، و بهذا إنشاء الله يكون الطالب متمكن و متمرس في هذا الميدان .

ص	- مقدمة.
02	-أولاً: تعريف الرأي العام.
13	-ثانياً: نشأة وتطور المفهوم .
19	-ثالثاً: نظريات الرأي العام.
27	-رابعاً : تجليات الرأي العام (أقسام و تصنيفات الرأي العام).
37	-خامساً: كيفية تشكل الرأي العام.
55	-سادساً: عوامل تكوين الرأي العام.
63	-سابعاً: الرأي العام والمجتمع المدني.
70	-ثامناً: وسائل الاتصال ( التقليدية والحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام).
82	-تاسعاً: الاتصال والرأي العام.
89	-عاشراً: العلاقة بين نوعية المجتمع والرأي العام.
99	-احدى عشر: كفيات وطرق قياس الرأي العام.
106	- الخاتمة .
107	- قائمة المراجع .

**مقدمة :** بالرغم من أزلية الرأي العام كظاهرة إجتماعية و إنسانية و التي

عرفت حضورا مبكرا مع ظهور التجمعات البشرية ، إلا ان حضورها ونصبيها كظاهرة تستحق الدراسة و التنظير كان متأخرا جدا ، بالرغم كذلك من بروز ظاهرة الرأي العام في شتى مناحي الحياة و في شتى تنظيماها لم تبرز بالمقابل دراسات علمية لظاهرة الرأي العام أسست و أرست قواعد و نظريات من أجل التغيير أو التنبأ أو القياس ، وهذا ليس لسبب عدم وجود الإهتمام و إلحاح و الشغف من طرف الباحثين و الدارسين و إنما السبب يعود للمساحة الجغرافية الكبيرة التي تتربع عليها ظاهرة الرأي العام و التي تتطلب تضافر الجهود و التي تشمل بالإضافة الي العلوم السياسية الرائدة بالاهتمام و البحث ، هناك علم الاجتماع ، و علم النفس، و علم النفس الإجتماعي، و علوم الاعلام و الاتصال، وهي جميعها تفرض نفسها و تؤكد ابوتها لرأي العام، و تجعل منه محورا من محاور اهتماماتها، ولكل حقل من هذه الحقول مسوغاته و تبريراته لهذا التبني، فعلم الاجتماع الذي يهتم بالجماعات و ديناميكيتها ، يرى ان الراي العام بالأساس ما هو الا رأي الجماعة، و لما كان الجماعة و تفاعل افرادها يدخل ضمن تخصص علم النفس الاجتماعي ، فان الرأي العام و دراسته يشكل جزءا لصيقا بما يهتم به ، اما علم النفس فهو و بحكم اهتمامه بسلوكيات الافراد، او بالعوامل النفسية المؤثرة في الادراكات و السلوكيات، ومن هنا نلتمس علاقة علم النفس بالرأي العام ، اما علم الاتصال و الاعلام فهو يرى ان وسائل الاتصال بمختلف انواعها تسجل حضورا فاعلا سواء من حيث التأثير او التكوين او التغيير وفي ضوء كل هذا سوف نناقش ظاهرة الرأي العام . .

**-أولاً: تعريفات الرأي العام و المصطلحات و المفاهيم القريبة منه\*:** قبل ما

نلج في عرض التعريفات الخاصة بالرأي العام الذي يتكون من كلمتين ، الرأي يرتبط بالتبصر و الرؤية الثاقبة أو الاعتقاد الحكيم و الصائب، وله استمالة شعبي واسع " و الرأي من قولك أرى كذا ، و كلمة أرى في حد ذاتها تعبير عن أمر قابل للشك، و على هذا فالرأي العام معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين<sup>1</sup> ، أما "العام فمن الشمولية و العموم و عكسه الخاص،"فمصطلح الرأي العام Public Opinion يتكون من كلمتين الرأي و العام ، فكلمة الرأي تعني باللاتينية **Opinion** ، و هي حصيلة الفرد من المعرفة و خلاصة المعلومات التي تصل إليه، وهو تعبير عما يجب أن يكون عليه الوضع و ليس وصفا لما هو كائن بالفعل، و من الباحثين ما يعرفه على أنه تعبير باللفظ و الإشارة عن إتجاه النفس حول موضوع معين، أما التعريف الذي أجمع عليه كثير من الباحثين لكلمة الرأي بأنها هي وجهة نظر التي يعبر عنها الفرد تعبيراً خارجياً ، أي ان الرأي يخرج من داخل النفس للفرد بواسطة الالفاظ و الرموز القادرة على توضيح المعنى المراد إلى العالم الخارجي<sup>2</sup>.

-أما كلمة **Public** ، تعني المشترك، أي الصفة الغالبة و الخاصية المشتركة بين المجموعة، كأن تقول أن صفة الشهامة هي الصفة غالبية العرب، أيضا تعني كلمة

<sup>1</sup> - محي الدين عبد الحليم، الرأي العام: مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله، وظائفه وقوانينه، طرق قياسه واساليب تغييره، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، 2009، ص15.

<sup>2</sup> - زهير عابد، الرأي العام وطرق قياسه، الاردن ،، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص26.

\* هذه الالوان تشير الى تفرع عناصر المطبوعة فأخضر يتفرع على برتقالي و هو بدوره يتفرع على الأحمر، و ذلك من اجل متعة القراءة وضبطها.



العام عن المعلن المعروف و الشائع بين الناس ، أي أنه يعتمد على الجماعة ومن فئة معينة بين الناس"<sup>1</sup>.

- "و كل باحث في موضوع الرأي العام تواجهه مشكلتان أساسيتان: الأولى ان الرأي العام كظاهرة إجتماعية ملازمة للجماعة المنظمة فيدخل بذلك علم الاجتماع، و الثانية أن الرأي العام بصفته معنوية أو سياسية تساهم بشكل أو بآخر في الشؤون العامة للمجتمع وهنا يدخل في مجال علم السياسة"<sup>2</sup>.

- "إلا أن الدراسات الجادة المتخصصة التي تناولت (الرأي العام) قد نشطت في العقود الثلاثة أو الأربعة الأخيرة، فالجهود التي بذلت لتحديد تعريف الرأي العام قد أدت إلى أكثر من خمسين تعريفا على اعتبار ان الرأي العام ليس إسما لشيئ واحد بل هو تصنيف لعدة أشياء ، ومع ذلك يعد وزير المالية (جان نيكر) أول من أبان عن الرأي العام كقوة سياسية في نهاية القرن الثامن عشر ، وكان ذلك للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في بورصة باريس عندما أكد على ضرورة طرح اكتتاب الأسهم بإسم الأفراد و الاستعانة ب : الرأي العام بدلا من الاستعانة بقله المستثمرين"<sup>3</sup>.

-عموما "هناك من ميّز في تحديده لمفهوم الرأي العام بين ثلاث أبعاد او ثلاث إتجاهات هي:

-أ: الإتجاه:الذي ينظر ل الرأي العام على اعتباره مرادفا للإرادة الشعبية و ارادة الأمة و مشيئتها و روح الشعب و كم الجماهير...إلخ، فهو تعبير عن الحركة الواقعية

<sup>1</sup> - نفس المرجع: ص 27 .

<sup>2</sup> - عدي إبراهيم المناوي، التيارات السياسية العلمانية وصناعة الرأي العام،العراق، زهران لنشر،2014،ص50.

<sup>3</sup> - نفس المرجع:ص52.

للمجتمع المحكوم تجاه ممارسة السلطة الحاكمة أيا كانت الصورة التي يعبر عن نفسه بها والشكل المؤسسي الذي يجري التعبير فيه، ومعظم الدراسات المنتمية لهذا الاتجاه تغلب عليه الرؤية الفلسفية والقانونية والدستورية.

**ب:الاتجاه:** الذي ينظر إلى الرأي العام برؤية تحليلية سوسيولوجية باعتباره حصيلة تفاعل عدد من العوامل والمتغيرات المختلفة إزاء القضايا السياسية التي تتطرح على الساحة، وينقسم بصدها جمهور الرأي أثناء عملية التفاعل والنقاش إلى أغلبية وأقلية تجد تعبيراتها الواقعية في الممارسة السياسية الفعلية التي تكشف عنها تغيرات الرأي العام.

**ج:الاتجاه:** الذي يرصد ظاهرة الرأي العام إزاء العملية السياسية للسلطة السياسية والنظام السياسي فالرأي العام يجد تعبيراته الأساسية في ظاهرة الاقتراع العام والتصويت الانتخابي وهذه هي النتائج السياسية لعملية صناعة الرأي العام<sup>1</sup>.

**- أما عن التعريف اللغوي** "فيرى ابن منظور في كتابه لسان العرب: أن الرأي العام يتضمن معني الترجيح والاعتقاد، ويحمل كذلك معني التأمل والنظر العقلي، والذي يتأتى بالتفكير والمعالجة العقلية، يقصد به سداد الرأي الذي يتمتع به قلة من العقلاء والعلماء والحكماء ويقال فلان يتراءى برأي فلان إذا كان يري رأيه و يميل إليه و يقتدى به"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - نفس المرجع: ص 55 .

<sup>2</sup> -عبد الله علي الكبير، محمد احمد حسب الله،هاشم محمد الشاذلي، ابن منظور لسان العرب، القاهرة، دارالمعارف، بدون

سنة، ص1543.

-أما "معجم و مصطلحات العلوم الاجتماعية: هو وجهات النظر و الشعور السائد بين جمهور معين إزاء موقف او مشكلة من المشكلات.

-و يعرفه قاموس وبستر: بأنه الرأي المشترك عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس.

-و تعرفه الموسوعة الفلسفية: بأنه مجموع معين من الأفكار و المفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات إجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الإجتماعية إزاء نشاط الطبقات و الأفراد"<sup>1</sup>.

**1-1- تعريفات الرأي العام:** ولقد قسمناها إلى تعريفات غربية و تعريفات عربية.

**1-1-التعريفات الغربية:** و الان مع متفرقات و مختارات لكوكبة من التعريفات

الغربية من أجل التعمق أكثر ل الرأي العام كظاهرة و كمصطلح ، نعرض اولاً التصورات الغربية له ثم تبعه بالتصورات العربية من أجل المقارنة و التدقيق و غوص أكثر فأكثر علماً بأنه يوجد عدد لا متناهي من التعريفات له لم نعرضها في هذا المقرر يمكن للطالب البحث فيها .

✓ **-تعريف(جورج بوردو):** الرأي العام هو تجلي العقلية الجماعية بقوة إجتماعية

تظهر مع إدراكها ذاتها، و تنتج عن تشابه الأحكام التي يصدرها عدد من الأفراد إزاء بعض الأشخاص."<sup>2</sup>.

✓ **-تعريف(جيمس برايس):** الرأي العام هو القوة المطلقة النهائية في كافة الأمم و

خلال كل العصور ...انه يقف باعتباره المصدر الأعظم للسلطة...هو سيد المشرعين و المستبد الذي لا يدانيه في السلطة المطلقة مستبد آخر"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-بطرس حلاق ، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية ، سوريا ، 2020، ص 18.

<sup>2</sup>-- جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، تر: انسام محمد الاسعد ، دارو مكتبة الهلال ، بيروت، ط1، 2011،ص130.

- ✓ **تعريف (ليونارد دوب):** الرأي العام هو مجموعة من الاتجاهات للناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم<sup>2</sup>.
- ✓ **-تعريف (كلاريد كنج):** الرأي العام هو الحكم الذي تصل اليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام وذلك بعد مناقشة علنية ومستوفاة<sup>3</sup>.
- ✓ **تعريف (وليم البيج):** الرأي العام هو الناتج عن تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة ، او هو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة عامة<sup>4</sup>.
- ✓ **تعريف (جولت):** الرأي العام هو "فهم معين للمصالح العامة الاساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة"<sup>5</sup>.
- ✓ **تعريف (ماكنون):** شعور الافراد الأكثر علما و ذكاءا و خلقا في مجتمع معين تجاه موضوع يقبلونه و يسلمون به، وهنا يعتبر الرأي العام اتجاها نفسيا لعدد من الافراد الذين يتصفون بدرجة أكبر من العلم و الذكاء و الخلق في مجتمع معين<sup>6</sup>.
- ✓ **تعريف (لوويل):** الرأي العام هو إلتزاما معنويا جماعيا تقبل به الأغلبية عن عقيدة وليس عن خوف<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> - عسيلة صبيح ،الرأي العام،مصر، نهضة مصر لطباعة والنشر والتوزيع، 2007، ص 11.

<sup>2</sup> - زهير عابد، نفس المرجع السابق : ص 29.

<sup>3</sup> --محيي الدين عبد الحلیم نفس المرجع السابق: ص21.

<sup>4</sup> - زهير عابد، نفس المرجع: ص 28.

<sup>5</sup> - عاطف عدلي العبد عبید ، الرأي العام وطرق قياسه، ص12.

<sup>6</sup> - محمد محمد البادي : دراسة الراي العام ، دارالكتب و الوثائق القومية، مصر، 2006 ، ط 2، ص 82.

<sup>7</sup> - نفس المرجع السابق، ص 82.

✓ **تعريف (رسل لازويل):** حيث يصف الرأي العام بأن له "وجودا معنويا لا نراه ، وهذا لا ينقص شيئا من قوته شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه و لكنه موجود بمعدل ستة عشر طلا على البوصة المربعة"<sup>1</sup>.

✓ **تعريف (وارنر):** الرأي العام عنه ليس إلا فورانا عاطفيا يعيشه الناس ثم تنطفئ جذوته"<sup>2</sup>.

✓ **-تعريف (جيمس درايس):** الرأي العام هو اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بها الناس ازاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة و الخاصة"<sup>3</sup>.

✓ **-تعريف v.o.key:**الرأي العام هو آراء الاشخاص السائدة التي تجد الحكومة أن من الحكمة الالتفاف و الاهتمام بها"<sup>4</sup>.

**1-2-التعريفات العربية:** يتأثر الرأي العام كظاهرة إنسانية و إجتماعية بالخصوصيات الاجتماعية و الثقافية للمجتمعات و التي سوف نتناولها فيما هو آت، و من أجل ذلك سوف نسرد كذلك متفرقات و مختارات من التعريفات العربية مع التعليق و المقارنة لما سبق من تعريفات أجنبية من أجل استخلاص مميزات و خصائص و أبعاد الرأي العام .

✓ **- تعريف احمد أبو زيد:** الرأي العام هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه او يحججه راي آخر، وذلك في وقت معين و إزاء مسألة تعني الجماعة و تدور حولها المناقشة صراحتا أو ضمنا في إطار هذه الجماعة"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محيي الدين عبد الحليم، نفس المرجع السابق ، ص18.

<sup>2</sup> - محمد محمد البادي : نفس المرجع السابق ،ص 82.

<sup>3</sup> --محيي الدين عبد الحليم، نفس المرجع السابق ،ص21.

<sup>4</sup> - زهير عابد: نفس المرجع السابق ،ص30.

✓ -تعريف منير محمد: الرأي العام هو وجهة نظر أغلب الجماعة والتي لا يفوقها رأي اخر.

✓ تعريف أحمد سويلم العمري: أن الرأي العام هو مجموع آراء الناس ووجهات نظرهم في الحياة العامة، ويتم من خلال ذلك العمل على إسعاد وإصرار الدولة إسعاد الناس، حين تعمل الدولة أو الجماعات القومية أو الدولية على علاج شتى المسائل والمشكلات التي يقاسى منها الفرد أو الجماعة".

✓ - تعريف مختار التهامي: الرأي العام هو الراي السائد بين اغلبية الشعب الواعية ، في فترة معينة بالنسبة لقضية او اكثر يحدثم فيه الجدل و النقاش و تمس مصالح هذه الاغلبية او قيمها الانسانية مباشرة"<sup>2</sup>.

✓ -تعريف إبراهيم امام: الرأي العام هو الفكرة السائدة بين الجمهور تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف م المواقف ، او تصرف من التصرفات، او مسألة من المسائل العامة التي تنشئو الى اهتمامهم او تتعلق بمصالحهم المشتركة"<sup>3</sup>.

✓ -تعريف محمد صبحي: الرأي العام هو إجماع كلمة الافراد على امر معين تجاه موضوع معين في حالة انتمائهم الى مجموعة اجتماعية واحدة.

✓ - تعريف (حاتم محمد عبد القادر): الرأي العام هو قبول وجهة نظر واحدة من بين وجهتي نظر متعارضتين، او وجهات نظر كثيرة متعارضة على حين أ، كل واحدة منها يقبلها العقل الرشيد "<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-برهان زيرق، الرأي العام ، وزارة الاعلام السورية على الطباعة، سوريا، ط 1، 2016، ص21.

<sup>2</sup> - زهير عابد نفس المرجع السابق ص28.

<sup>3</sup> نفس المرجع ، ص، ص29، 28.

<sup>4</sup> - نفس المرجع ، ص30.

✓ -تعريف (سعيد ناسف): " هو محصلة آراء أفراد الجماعة ويمثل صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن تفاعل وأخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى. والرأي العام هو نتاجاً جماعياً يمثل الجماعة كلها معبأة للسلوك والعمل فيما يتصل بالموضوع أو القضية أو الظاهرة التي يمثلها الرأي العام"<sup>1</sup>.

✓ تعريف (محمد جمال الفار): الرأي العام هو مجموعة من الناس تربطها إهتمامات مشتركة حول قضية معينة في مكان و زمان معين، أو هو الموقف الاختياري الذي يتخذه الفرد إزاء مسألة أو قضية متنازع عليها وقابلة للجدل"<sup>2</sup>.

✓ تعريف (سمير عبد الحميد): الرأي العام هو وجهة النظر التي يعبر عنها تعبيراً خارجياً ومكشوفاً، أي انه يتضمن الإعلان والإفصاح"<sup>3</sup>.

✓ تعريف (أحمد بدر): "بأنه التعبير الحر عن آراء الناخبين أو من حكمهم بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها ، كافية التأثير على السياسة العامة و الامور ذات الصالح العام ، بحيث يكون هذا التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية و لرضى الاقلية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-سعيد ناسف، علم الاجتماع الاعلامي، المفاهيم ، القضايا ، التطبيقات،الشارقة،الافاق المشرقة، 2015، ط1، ص21.

<sup>2</sup>-محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية،الأردن، دار أسامة لنشر و التوزيع، 2014، ص180.

<sup>3</sup>- بطرس حلاق ، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا، 2020 ، ص 19.

<sup>4</sup>- عامر حسن الفياض، مقدمة منهجية في الرأي العام و حقوق الانسان، دار الكتب، بغداد، ط 2 ، 2011، ص09.

## -2:- مفاهيم ومصطلحات قريبة من الرأي العام:

-1-2-الاتجاهات الإجتماعية و الرأي العام: يعرف ألبورت الاتجاه بأنه " حالة من

الإستعداد العقلي و العصبي التي تكونت خلال التجارب و الخبرات السابقة التي مر بها

الانسان و التي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات و المواقف التي لها علاقة به"<sup>1</sup>

-أخذ التمييز بين الإتجاه و الرأي العام نصيبا كبيرا من التفكير العلماء منذ زمن طويل و

تتلخص اوجه الإختلاف التي وجد أنها تميز بينها فيما يلي:

-الرأي هو تعبير صريح عن إتجاه خفي.

-المحورية: أي ان الاتجاه يمثل المحور الذي تنبعث منه كثير من الآراء وان الراي و

الاعتقاد و الاتجاه تمثل على التوالي و بهذا الترتيب درجات متصاعدة "<sup>2</sup>.

-الكمون: بمعنى أن الرأي تعبير شامل عن إتجاه كامن نستنتج وجوده إستنتاجا.

-الفرضية أو اللاشعورية : بمعنى أن الاتجاه كيان فرضي أو متغير وسيط بينما الرأي

متغير ظاهر يمكن ملاحظته.

-الواقعية: الرأي العام يتناول أمورا واقعية بينما الاتجاه يتناول أمورا ذوقية .

<sup>1</sup>-الهامي عبد العسيس امام، مدخل الي سكولوجية الاعلام و الرأي لعام، بدون سنة، دار الحكيمة لطباعة، مصر، ص 57.

<sup>2</sup>-نفس المرجع ، ص 57.

-الرأي إعتقاد يعالج توقعات الشخص أو تنبؤاته عن الأحداث بينما الاتجاه إعتقاد

يتناول رغبات الشخص و امانيه"<sup>1</sup>.

-الديمومة: الإتجاه يتصف بالديمومة والاستمرار عكس الرأي الذي يتميز بالتقلبات .

-2-2-الرأي العام والحكم: بالرغم من أن الرأي العام عبارة عن حكم ، إلا أن الحكم

يصدر عن حاكم يجب أن تتوفر فيه شروط و مؤهلات و إلمام بالحيثيات و الدراية السابقة

كل هذه من أجل تمكينه من إصدار الأحكام ، و إذا كان الرأي العام سنده التفاعلات و

المناقشات و وسط الفضاءات العامة و متاحة لكل من هب و دب من دون إلمام و لا دراية

، فإن الحكم سنده المواد و اللوائح و القوانين الوضعية بعيدا عن العاطفة الجياشة و

الرنانة و الملاقة و بعيدا عن التأويل و لا البحث في النوايا الغيبية.

- و "الحكم المسبق هو عادة رأي متسرع يتخذه بدون تفحص مسبق و يشبه البعض

الأحكام المسبقة بالدرع الذي يحمي الفرد أو الجماعة و يمنحهم الثقة بالنفس و يطمئنهم

في مواجهة كل ما يقلقهم ، أما من وجهة النظر الإجتماعية فإن الحكم المسبق يعرف

كموقف للجماعة أو كرأي لها ، يخصها هي أو يخص الآخرين دون الإتكاز إستجربة

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 86.

محددة ، والأحكام المسبقة تنتج عن الوسط الذي يشكل بيئة ولادتها ، و تنتقل بالإستناد للعقلية السائدة ، وبما أن الجماعة تشكل كلا يؤدي وظيفة الحماية والإنتماء فإن أعضاء يتماهون معه و يتمثلون الحكم المسبق الذي في صالح المجموعة نفسها ، و أصل الحكم المسبق هو الشعور بالدفاع عن النفس و بمركزية الذات"<sup>1</sup>.

**2-3- الرأي العام و الدوافع :** "فالإدراك ملخصا يكون هو المسيّر لناس و المكون لآرائهم

العامة ، لكن من الواضح أن الإدراك إنما يراد به في هذا المقام الإدراك المعدل ، أي مع ملاحظة التناقضات و المضادات و الزوائد و النقائص و ملاحظة الأهم و المهم و الضرر و الإضرار و غير ذلك من الأمور، فحسب ديكارت فإن الإدراك موزع توزيعا متساويا بين الناس ، فكل إنسان يعتقد أنه مزود بقدر كبير من الإدراك الصحيح ، إلى حد أن أشد الناس صعوبة في كسب رضاهم حول أي شيء لا يرغبون في زيادة ما لديهم من إدراك"<sup>2</sup>. إذا الدوافع من محصلات الرأي العام ، و الرأي العام ما هو إلا رضوخ و إستجابة للدوافع في كثير من الأحيان

<sup>1</sup>- سامي ذبيان وآخرون: قاموس المصطلحات السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، مكتبة رياض الريس للكتب و النشر، لندن. ط1، 1990، ص ص 25-26.

<sup>2</sup>- السيد محمد الحسيني ، الشيخ صاحب مهدي : الرأي العام والإعلام ، دار العلوم ، بيروت ، ط 1 ، 2006 ، ص ص 152-153.

**2-4-الإعتقاد و الرأي العام :** هناك علاقة تصاعدية بين الإعتقاد و الرأي و الإتجاه

بهذه الراتبية، والرأي العام أقوى و أوضح من الإعتقاد لأن الإعتقاد يستوجب البحث و التمحيص و التفتيش من أجل التثبت و التأكيد ، ولا يمكننا إبداء آرائنا من خلال إعتقاداتنا إلا بعد التثبت و البحث.

**2-5- الميل و الرأي العام :** يمكننا القول بأن الرأي هو ميل و لكن لا يمكننا القول بأن

الميل هو الرأي ، أما هو النزعة و الإنحياز لشيء ما عادة ما تقوده النزوات و الرغبات و الشهوات النفسية وليست الحجج و البراهين و الأدلة الدامغة.

**ثانيا- نشأة و تطور المفهوم:** تعتبر الدراسات المتعلقة بدراسة الرأي العام كظاهرة من

الظواهر المؤثرة في المجتمع ، بل من أهم الدراسات في العصر الحديث، تفرضه و سائل الاعلام الجديدة أو بالأحرى الاعلام الجديد أين جعل العالم كقرية صغيرة يمكن احاطه من كل جوانه، " ولقد أدى هذا التقدم إلى الاهتمام بالقضايا التي تؤدي الى تحريك الرأي العام و ظهوره في مختلف المجتمعات و حول مختلف المشكلات...وليس معنى هذا ان ظهور الرأي العام كظاهرة مؤثرة في المجتمعات الحديثة أن الرأي العام وليد هذا العصر، وإنما يرجع تاريخ الرأي العام الى المجتمعات القديمة"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- زهير عابد ، نفس المرجع السابق ، ص 19.

-أين أجمع الباحثون و المفكرون المتخصصون في دراسة الرأي العام على أن الانسان البدائي كان يدرك أهمية الرأي العام، ومن ثم إستخدم قوة هذا الرأي في تحقيق مآربه، و إبتدع أساليب معينة في هذا الشأن مثل السحر و الطوطم و هي اساليب تؤثر تأثيرا قويا فعّالا في الجماهير، و ليس هذا الامر بالمستغرب لأن الانسان في العصور القديمة لم يكن ذا كيان يستمد كيانه من الانتماء الى جماعة هي العشيرة او القبيلة أو الأسرة الكبيرة، ومن ثمة كانت الحاجة شديدة و ماسة لمعرفة طبيعة الرأي العام الجماعي السائد لإستخدام الأساليب الكفيلة بتوجيه الرأي الوجيهة المنشودة"<sup>1</sup>، و لكن لم يظهر هذا المصطلح بهذا الشكل (الرأي العام) وبهذا المفهوم لأول مرة الا في القرن الثامن عشر إبان الثورة الفرنسية على لسان وزير المالية جاك نيكر، لكن كظاهرة و كممارسة كانت واضحة المعالم و جلية المظهر ما قبل التاريخ الانساني

-ومن البديهي و الطبيعي أن يتطور مفهوم الرأي العام أكثر فأكثر بتطور تكنولوجيات الاعلام و الاتصال التي سرعت و عقدت التفاعل الإجتماعي، "إذ إننا نشهد حركة تطور لشبكة إتصالات عالمية تتداخل فيها عناصر الصوت و الصورة و النصوص الإلكترونية التي من شأنها أن تمحو الفاصل بين الإتصال الشخص و الإتصال الجماهيري، و بين الاتصال العام و الخاص"<sup>2</sup>، و فيما يلي سوف نورد لمحة تاريخية سريعة.

**أ- الرأي العام في العهد اليوناني:** يمكننا تعقب الاهتمام بالرأي العام من ق14 قبل الميلاد منذ عهد الفيلسوف الاغريقي افلاطون و استاذة سقراط، فقد كانت الفلسفة

<sup>1</sup> - بن عوف حسن أحمد، الرأي العام: مفهومه وأساليب قياسه، الاردن، امواج لنشر و التوزيع، 2016، ص19.

<sup>2</sup> - مارك، شوسميث بالنافز، نظريات ومناهج الإعلام، تر: منال ابو الحسن، عاطف حطبية، مصر، دار النشر للجامعات، 2017، ص45.

السياسية القديمة ، او الفكر الاجتماعي اليوناني القديم يتعامل مع الاخطار و كذا الفوائد المحتملة للحكم الشعبي، و نظر افلاطون بدرجة ضئيلة من الاجترام ، لدرجة انه راي الناس على انهم مجرد حشد ضئيل ولا يعرفون صالحهم، اما في المقابل نجد ارسطوا كان يعتقد ان المشاعر الجماعية العامة يمكنها ان تسهم في اتخاذ الفطرة السليمة للقضايا ضمن الفكر الاجتماعي اليوناني.

**ب- الرأي العام في العهد الروماني القديم:** كان ماكوس أبورليوس على راس الرومانيين الذين يعتقدون ان الافراد يستطيعون تكوين ارائهم الخاصة ، و في كتابه التفكرات قد شرح الفلسفة الرواقية التي توضح كيفية تشكيل الحياة من خلال الاراء و الافكار، اذ نجد انهم الاكثر فهما و ممارسة للرأي العام ، اذ انهم يكونون احترام كبيراً للعوام و السواد الاعظم، كما يظهر في خطابات شيشرون و شقيقه كونيتوس الذي كتب رسالة كاملة عن الدعاية و فنونها ، وكذلك ل بوليوس صحيفة تصدر يومياً تسمى الوقائع اليومية بدأت في الظهور سنة 59 ق م، و تتضمن الانشطة بمجلس الشيوخ ، ونواب البرلمان حيث كان لهذه الصحيفة الاثر الكبير في صياغة الرأي العام ، كما هذه الصحيفة ظلت تطلع لمدة اربعمئة سنة متوالية.

**ج-الرأي العام عند الفكر المسيحي:** عرفت بمقولة صوت الشعب من صوت الله ، كما اشتهر باصطلاح (الاتفاق العام او الاجماع) كاصطلاح مبني على المفهوم الراقي لفكرة الشعور العام او الشعور الجماعي، و التي كان يستغلها انصار البابا و خصومهم للتعبير عن التقاليد السائدة و الاتجاهات العامة للرأي في المناطق المختلفة المنازع عليها.

د- الرأي العام في العهد الاسلامي: " وكذلك بالنسبة إلى الحضارة الاسلامية فقد ظهر الرأي العام واضحا و جليا في العصر الإسلامي خاصة في العصر المدني من حياة الرسول صلى الله عليه وسلم ،

حيث نشأة الدولة الإسلامية في صورة متكاملة ، حيث أرسى و رسخ الرسول صلء الله عليه وسلم الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفاعلية، فقد عود الرسول صلئ الله عليه وسلم أصحابه رضوان الله عليهم أجمعين على حرية التعبير والرأي العام الحر في أدق المواقف مثل غزوة بدر و غزوة الأحزاب، و كثير من الأمور التي علمهم فيها على حرية الرأي ، وقد سمي الرأي العام بعد عصر الرسول صلى الله عليه وسلم بالإجماع ، حيث عرف في كتب الفقه بأنه هو إتفاق أهل الحل و العقد على أمر من الأمور الشرعية أو العقلية ، أو العرفية ، و المراد بالإتفاق هو الإشتراك في القول أو الفعل أو الاعتقاد، و يعني بأهل الحل و العقد العلماء و المجتهدون في العلم و العمل على إختلاف فروع العلم طالما كان هذا العلم نافعا للبشرية ، و قادة الرأي العام هم الخبرة المجتهدون فيها، و قال تعالى في وصف المؤمنين في سورة الشورى (و أمرهم شورى بينهم)<sup>1</sup>.

-وهنا بيت القصيد حيث برز الرأي العام كممارسة فعلية ملموسة في ابهي صوره مع ظهور النبي صلى الله عليه وسلم ، فالإسلام كله قائم على الشورى و المحاجة، و الفكر، و

المناقشة العقلية و المنطقية و يمكننا ان نستوضح الرؤية الاسلامية او البعد الاسلامي

السمح لالرأي العام فيما يلي:

<sup>1</sup>-زهير عابد ، الرأي العام وطرق قياسه، الأردن ، داراليازوري العلمية لنش رو التوزيع، 2015، ص 20.

-الكشف عن مقومات الموضوعية للرأي العام: حث الرسول صلى الله عليه وسلم على الاهتمام بمشاكل الامة و المشاركة بخصوص المسائل التي تهم الجماعة ناهيا عن الوقوف منها موقف اللامبالاة، ففي الحديث الشريف ، من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم.

-تشجيع الفرد على تقديم رأيه: اقر الاسلام حق الانسان في الافصاح عن رأيه و الجهر بالحق وان كان مرا و على ان لا يخشى في الله لومة لائم .

-حث الفرد على استقلالية الرأي: لا تكونوا معا ان احسن الناس احسنتم و ان أسأوا اسأتم.

-فاعلية الرأي العام في المنظومة الاسلامية: نستشهد بقوله تعالى(كنتم خیر امة اخرجت لناس تأمرون بالمعروف و تنهون عن المنكر).

-الرأي العام بين حرية التعبير و شذوذ الافكار و المواقف: قوله عليه الصلاة و السلام ، من احدث في امرنا هذا فهو رد.

-تحريم اطلاق الشائعات و الكذب و الهتان من اجل مغالطة مخادعة الراي العام: بحيث كشفت الدراسات الحديثة بأن الإشاعات المغرضة و الكاذبة و الدعايات المظلمة و المخادعة ينتج عنها الفوضى اللامعيارية و تظليل الرأي العام ليكون بعيدا عن العقلانية و الواقعية .

ه-الرأي العام في العصر الحديث إلى يومنا هذا: وفي مستهل العصور الحديثة كان (ميكيافيلي1469-1527) اول من وجه الانظار الى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب و اتجاهاته و كثيرا ما كان يردد صوت الشعب من صوت الله، ومع كتاباته حدث تطور في

الكيفية التي تتناول الفكر الفلسفي ما يسمي بالرأي العام فقد اعتبره عنصرا يجب ان  
يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من اجل السلطة.

-اما جون لوك فقد اهتم بدراسة الاسس القانونية و الاخلاقية للرأي العام و خاصة في  
مقاله الذي نشره عام 1690م بعنوان الفهم الانساني.

-اما (جون جاك روسو 1712-1778) في كتابه العقد الاجتماعي الذي يرنو الى موضوع  
الوحدة وذلك بإخضاع المصالح الخاصة للإرادة العامة وما نجم عن ذلك من ظهور الافكار  
الجديدة و حقوق الانسان و المساواة، مما ادي الى بروز الرأي العام و دفع الحكومات الى  
محاولة ترويضه او السيطرة عليه او النزول لتحقيق رغباته و مسابته، و يمكن لنا ادراج  
كذلك اسم **منتسكيو** ايضا و مساهمته في هذا الشأن ، "ففي القرن الثامن عشر المسمى  
عصر الإستنارة حقق الرأي العام أروع إنتصاراته و تمثلت هذه الإنتصارات في قيام الثورتين  
الفرنسية و الأمريكية تحقيقا لرغبات الرأي العام ، كما تمثلت في ظهور مفكرين أحرار من  
أمثال مونتسبيكو فولتير و روسو و صمويل آدمز و توماس باين و غيرهم من المفكرين الذين  
دافعوا عن العقل الإنساني ، و مهدوا الطريق أمام نشوء الرأي العام الحر المستنير".

- وما إن حل القرن تاسع عشر و سادت الثورة الصناعية حتي أصبح الرأي العام هو السيد  
ذو السلطة و سلطان و ساعد على ذلك الكشف العلمي و الإختراع و وسائل الإتصال  
الجديدة و أدت الثورة الصناعية إلى نشوء علاقات إجتماعية جديدة...كما إتسم القرن  
الماضي و هذا القرن بتسارع إيقاع تطور تكنولوجيا الإتصال ، و تضخم كمي في المعلومات،

والتحول الى التقنية الرقمية ، و الإنتقال من الإتصال المحدود إلى الإتصال شبه الكامل في فضاء مفتوح<sup>1</sup>.

### ثالثاً: نظريات الراي العام و خصائصه:

1- نظريات الراي العام : وهنا نريد التمييز و التفرقة و توضيح الحدود الفاصلة بين نظريات الإعلام التي تتكلم عن التأثير الموحد و المباشر و القوي بشكل حتمي أو بشكل كلي و شامل ل الراي العام ، او بإحتوائه او توجيهه او صناعته، مثل نظرية الإبرة تحت الجلد و التي تتعامل مع الأفراد بتجاهل تام و غيرها الكثير من النظريات و التي لا تعيننا، و ما بين نظريات الراي العام التي تتخذ من الأبعاد الإجتماعية و سكولوجية للجماهير و طرق العلمية العملية لإدراكه ، او كيف يدرك بناء على ابعاد و دلالات نفسية ، إجتماعية، ثقافية شخصية، و هنا بيت القصيد، وهنا بالذات يوجد العديد و العديد من النظريات مختلفة الرؤى و التصورات حول ادراكات الراي العام، نذكر على سبيل المثال لا الحصر، نظرية تكوين المعني ، نظرية او نموذج التوقعات، نظرية الاستنتاجات المستمدة و المستوحات من الراي العام ، نظرية تأثيرية الاخرين ، نظرية دوامت الصمت ، نظرية توهم المعرفة ، نظرية التهيئة المعرفية.....إلخ، كما أنه لا يمكننا التعرض لها جميعا بل سوف نتعرض لجزأ بسيط منها فقط ، و لذلك " إعتد واضعوا نظريات وسائل الإعلام على منطق دوركايم في صياغة الراي القائل بأن خليطاً من التعقيد الاجتماعي ، و توافق الراي المحدود

<sup>1</sup> - ابن عوف حسن أحمد، الراي العام مفهومه و أساليب قياسه، امواج لنشر و التوزيع، عمان ، 2016، ص 23.

، و عدم وجود قواعد، و الابتعاد النفسي أو العزلة، هي العوامل التي يمكن أن تصنع وسائل إتصال جماهيرية قوية<sup>1</sup>.

**أ-نظرية دوامت الصمت:** تنسب للباحثة الالمانية نويل نيومان 1980، و التي تتكلم فيها

على قوة وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام، و الفكرة الاساسية للنظرية هي ان الفرد لا يعلن عن الرأي الحقيقي له، بل يفضل الاحتفاظ به و عدم البوح به للآخرين، خاصة إذا شعر بان غالبية الافراد لهم رأي مختلف، و تفسر النظرية هذه الظاهرة في ضوء الخوف الفرد من العزلة عن الاخرين إذا أعرب عن رأي مخالف لرأي الاغلبية.

-ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الاعلام ببناء صورة عامة للقضايا العامة، نجدها في الوقت نفسه تمارس الضغط على الاخرين لإخفاء آرائهم او وجهات نظرهم التي يرونها انها لا تتفق مع الرأي العام الذي تشكله وسائل الاعلام، وهذه فكرة قيام وسائل الإعلام بتدعيم الصمت او تصاعد الاحساس بتباين الآراء و الافكار مع المجموع، مما يدفع الفرد على إلتزام الصمت خوفا من العزلة، وهذا هو جوهر مصطلح دوامت الصمت.

-حيث تميز الباحثة بين الجانب المنطقي العقلاني المتمخض عن وعي الجماعي في تشكيل الرأي العام فهو الاساس و الشكل الصحيح، و بين جانب مغاير و مناهض يركز على الحس

<sup>1</sup>-إحسان رمضان السامرائي، الفضائيات الإخبارية: دورها في توجيه الرأي العام سياسيا العربي لنشر و التوزيع، القاهرة.ط1.

و الظن او على الجانب الوجداني و هو النموذج الذي تنطلق منه هذه النظرية و تفترض ما يلي :

-لكل فرد حاسة تمكنه من التعرف على الراي العام السائد.

-يوجد لدى الانسان الطبيعي من العزلة الاجتماعية، و يعرف نوع السلوك الذي يمكن ان يتسبب في حدوث هذه العزلة.

-يتجنب الافراد التعبير عن آرائهم إذا كانت مخالفة لرأي الأغلبية، خوفا من العزلة الاجتماعية التي قد تترتب على ذلك.

-و وفقا لنظرية دوامت الصمت و تأثيرها على الرأي العام فإنه يتم عبر الخطوات التالية:

- "المجتمع يهدد الأفراد المنحرفين عن سياقه العام بالعزلة.

-الافراد يعايشون شعور الخوف من العزلة باستمرار.

-الشعور بالعزلة يجعل الأفراد يلتمسون و يقيمون مناخ الرأي العام في كل الأوقات .

-تؤثر نتيجة هذا التقييم على سلوك العلني للأفراد خاصة عندما يطلب منهم إعلان عن رأيهم بشأ، قضية جدلية.

- تعتبر العمليات الأربعة السابقة مسؤولة عن تشكيل الرأي العام أو تغييره"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-أيمن منصور ندا ، شيماء ذو الفقار زغيب : دراسات في نظريات الرأي العام ، منتدى الأريكية ، القاهرة ، 2003 ، ص 102.

## ب-نظرية التهيئة المعرفية: قدم شانتو إينجار 1987 مفهوم التهيئة المعرفية

كإمتداد و تطوير لنظرية ترتيب الاولويات حينما تركز على التاثيرات الوجدانية اذ

تقوم الوسائل الاتصالية على اتجاهات الجمهور.

-الفرض الرئيسي لهذه النظرية: ينقسم الى قسمين هما:

✓ الفرض النظري: تؤثر الاخبار التلفزيونية على المعايير التي يتم من خلالها تقييم

الحكومات و الرؤساء و السياسات و المرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على

بعض القضايا و إغفال قضايا أخرى.

✓ الفرض الامبريقي: كلما زاد تركيز الاخبار التلفزيونية على قضية معينة تزداد المعرفة

لقضية معينة، فان المشاهدين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية في تقييم

العام للحكومات و سياسيين او المرشحين.

✓ و ترتكز هذه النظرية على ثلاث خطوات هي البروز، الساحة العامة، التعرض.

-و يشير ديبورا برينش و ديل ملر 1996، إلى أن توهم المعرفة يصف الموقف الذي

يفترض فيه أو يتخيل أن كل فرد في جماعة أو مجتمع ما يمارس بشكل شخصي إعتقاداً أو

رأياً أو سلوكاً معيناً في الوقت الذي يعتقد فيه و يفترض أن الآخرين يقبلون بشكل شخصي

هذا الإعتقاد أو الرأي أو السلوك ، و نبدأ ظاهرة توهم المعرفة من وجهة نظرهما عندما

يحدث تعارض بين السلوك العلني للفرد و الرأي الشخصي له ، إذ يعتقد الفرد أن سلوكه العلني قد يكون مختلفا عن شعوره أو رأيه الحقيقي ، ولكنه لا يفترض وجود الإختلاف و التباين عند الآخرين ، بل على العكس فهو يعتقد أن سلوك الآخرين العلني يتفق و يعكس بدقة الطريقة التي يفكرون بها و يشعرون " <sup>1</sup> (والله إنك تعلم أنني أعلم أنك كذاب).

### ج- نظرية تأثيرية الاخرين: ((فرضية الشخص الثالث)):

الألماني دافيسون 1983، و قد إستند صاحب النظرية الى الدعاية اليابانية ضد الأمريكيين في الحرب العالمية الثانية، حيث نشرت القوات ليابانية منشورات تدعوا فيها السود الى الانسحاب لان اليابانيين ليس لديهم أي مشكل معهم، بل لا يجب ان يضحى السود بانفسهم من اجل قاداتهم البيض الذي يستعبدونهم، وبالفعل تم الانسحاب بامر من البيض ضنا منهم بان هذه المنشورات اثر كبير و سلبي على السود بفعل عامل الجنس البشري والتفريق و العنصرية.

- "و ينص الفرض الاساسي لهذه النظرية على أن الافراد يملون إلى المبالغة في تقييم تأثير وسائل الإعلام على إتجاهات و سلوك الأفراد الآخرين ، بحيث يعتقدون أن تأثير وسائل الإعلام لن يكون على الشخص الأول و لا عليك الشخص الثاني و إنما عليهم الأشخاص

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 95.

الآخرين ، أما الفرض الأساسي الثاني فيشير إلى إن الأفراد نتيجة لهذا الموقف الإدراكي سوف يتخذون موقفا و يقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام " <sup>1</sup>.

- و ينقسم هذا الافتراض الرئيسي العام إلى افتراض إدراكي و افتراض سلوكي.

-**الافتراض الإدراكي**: يشير الفرض الإدراكي على النحو الذي صاغه دافيسيون إلى أن الأفراد الذين هم أعضاء في جماعة ما تستقبل رسالة إقناعية معينة و يعتقدون أن الرسائل الإقناعية يكون تأثيرها على الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم " . ص 26

-**الفرض السلوكي** : إن هذا الاعتقاد في الفرض الإدراكي سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التي يعتقد فيها أن لها التأثير البالغ على الشخص الثالث(الكلام لك و المعني لجارك).

-تسمى هذه القضية بفرضية الشخص الثالث ، و ترى ان الناس يملون الى ادراك ان وسائل الاعلام لها تأثير أكبر على الاخرين أكثر من انفسهم، و ذلك على اساس التحيزات الشخصية، و بسبب هذا التصور يميل الناس الى اتخاذ إجراءات لمواجهة

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص ص 19-20.

تأثير الرسائل و يتجلى تأثير الشخص الثالث من خلال المبالغة في تأثير الرسالة الجماعية على الرسالة الأخرى المعممة.

#### د- نظرية توهم المعرفة في استطلاعات الرأي العام: ينسب مصطلح توهم المعرفة

إلى عالم النفس الاجتماعي ألبرت الذي استخدمه لأول مرة سنة 1924، و اشترك في استخدامه مع تلميذه دنيال كاتز و فحواه ان الانطباعات الخاطئة و غير المبررة التي يكونها الافراد عن مشاعر الآخرين، وعن معتقداتهم في المواقف المختلفة تظلل آرائهم ، ثم شاع استعمالها في المجالات البحثية وخاصة دراسات الرأي العام ، حيث يستخدم للإشارة إلى القراءات الخاطئة لموقف الأغلبية، و لك ان تنظر ل بيير بورديو في هذه النقطة حول إشكالات الرأي العام، و يتفق الباحثون على ان وسائل الاعلام في عصرنا الحديث يمكن ان تكون عاملا على تعميق وجود الظاهرة، وذلك عندما لا تعكس الواقع بدقة بتقديمها لمعلومات مشوهة و متحيزة ، و بالتالي ستكون لدى الافراد مدركات مشوهة وافكار خاطئة عن طبيعة قضايا المجتمع و بالتالي تكون رأيا عاما ضالا على هذا النسق.

-متغيرات نظرية التهيئة المعرفية: هناك منظوران أساسيان لتفسير تأثير متغيرات التعرض و المعرفة، و تمثل هذه المتغيرات الأبعاد الثلاثة للإنعاس السياسي ، وهي أكثر المتغيرات التي تم قياسها في دراسات التهيئة المعرفية، و لذلك كانت محور إهتمام كلا المنظورين.

-المنظور الأول: الجرعة- المقاومة ، يفترض هذا المنظور أنه يمكننا فهم تأثير وسائل الإعلام من خلال عاملين منظمين و هما الجرعة – المقاومة ، و المقصود بالجرعة هي نتاج إتحاد عاملي التعرض للمادة الإخبارية في وسائل الإعلام و درجة الإهتمام السياسي ، و تنتهي نماذج الجرعة و المقاومة على نظريات الإقناع المباشر ، و تنص على أن درجة التعرض

لمصادر المعلومات السائدة تختلف بصورة كبيرة من فرد لآخر كما تختلف عبر الفترات الزمنية المختلفة.

-المنظور الثاني: و تؤيده الأبحاث الحديثة في مجال علم النفس الإجتماعي و المعرفي و المتعلقة بالذاكرة و تمثل المعلومات ، و يفترض هذا المنظور أن تأثير التهيئة المعرفية يكون ضعيفا بين الأفراد الأكثر تعرضا و إهتماما بالسياسة ، بينما يكون قويا بين الأفراد ذي مستويات المعرفة السياسية المرتفعة عنه بين ذوي مستويات المعرفة السياسية المنخفضة"<sup>1</sup>.

**2- خصائص الرأي العام:** للتعامل مع مفهوم الرأي العام و فهمه فهما صحيحا لابد من أخذ الملاحظات التالية في الاعتبار كخصائص مميز له:

-الرأي العام ليس برأي خاص ولا يقتصر على فرد واحد بل ينبع منه، و يتعلق بمشكلة عامة تتعدد بشأنها وجهات النظر و المناقشات.

-الرأي العام يقتضي عنصر العقلانية.

- التعبير الرأي العام يعبر عن موقف مشترك.

-أن صفة العمومية في اطار الرأي العام لا تتعارض بأي حال من الأحوال مع وجود آراء معارضة تخالف الرأي العام ما دامت لا تصل في اتساع الاتفاق عليها أو المشاركة فيها إلى مستوى الشمول الذي يبلغه الرأي العام"<sup>2</sup>.

-"إنه يعبر عن حالة فكرية ، تمحورت حول حدث معين و تكونت بفعل مؤثرات إعلامية متعددة.

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 173.

<sup>2</sup> - عسيلة صبيح ، نفس المرجع السابق ، ص 17.

-إنه إستجابة لمنهات معينة أو استجابة لوقائع تكزن في الغالب أحداثا وليست مجرد أقوال.

- ستاتيک و ديناميك في نفس الوقت"<sup>1</sup>.

-الفجائية والعشوائية: من خصائصه لا يمكن ضبط مواعده الزماني، بل يتميز بالفجائية والعشوائية.

-التأييد الرأي العام مؤيد دائما ويستحيل معارضته أو معاداته.

-الشحن والتعبئة: يمكن شحنه وتعبئته بالكيفية والطريقة والنوعية المرادة.

-التلاعب والهندسة : خاصية القولية والتلاعب، إمكانية التوجيه ووضعه في أي قالب .

- قياسه وإستطلاعاه والتنبأ به: ممكن قياسه وإستطلاعاه وحتى التنبأ بحدوثه طبعا من خلال الطرق العلمية .

#### -رابعا : تجليات الرأي العام و عوامله وعناصره:

**1- تجليات الرأي العام :** يوجد الكثير من الاجتهادات حول أنواع الرأي العام، ويتم

تحديد هذه الأنواع طبقا للمعايير التي تستخدم في تقسيم هذه الظاهرة، ويذهب عدد من

الباحثين إلى تقسيم الرأي العام لتصنيفات مختلفة، وسوف نعرض فيما يلي لأهم هذه

التقسيمات أو التصنيفات كما ذهب إليها هؤلاء الباحثون إلى ما يلي.

<sup>1</sup> - هاني رضا ، رامزعمار:الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية انشرو التوزيع ، بيروت ، ط 2 ، 2013 ، ص 26.

## 1-1-التصنيف الجغرافي للرأي العام: وينقسم بدوره الي ما يلي:

أ-الرأي العام المحلي: فهو يهتم بالمشكلات المحلية، ويدور في أبعاد وتواترات ذاتية، وذلك حين يسود الرأي العام المحلى في مقاطعة أو محافظة معينة أو مجموعة من المحافظات (ولايات و دوائر) حول قضايا التنمية المحلية.

ب-الرأي العام الوطني أو القومي: ويرتبط هذا الرأي بالوطني أو الدولة الكائن بها، وتستند إليه السلطة القائمة، ويتميز بما يلي: -التجانس: رغم الخلافات الداخلية التي قد تصل إلى حد الصراع الحزبي والتطاحن الحركي، فإن الرأي العام الوطني يملك جعبة من التراث والتقاليد، فضلاً عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة.

ج-الرأي العام الإقليمي: أما الرأي العام الإقليمي فهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً كالدول العربية مثلاً أو دول المغرب العربي أو دول الاتحاد الأوروبي أو دول الخليج العربي، حول قضية يحتدم فيها الجدل في فترة معينة، وتمس مصالح هذه الشعوب أو قيمها الأساسية بصورة مباشرة، وله عدة مقومات من أهمها: المصلحة المشتركة، والارتباط التاريخي، وتقارب التقاليد والعادات والمعتقدات، ووحدة الثقافة و تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

د-الرأي العام العالمي: وقد أصبح هذا الرأي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر، وهو الرأي الذي يسود غالبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة، يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب أو قيمها، وقد أسهم في نمو الرأي العام العالمي مجموعة من الأحداث أهمها: قيام أول منظمة عالمية لصيانة السلام وهي عصبة الأمم عام 1918 ، والأزمة

الاقتصادية العالمية ما بين 1929-1934 والحرب العالمية الثانية 1939-1944 ، وإنشاء منظمة الأمم المتحدة 1945 ، ثم منظمة التجارة العالمية... الخ. ولولا هذه التطورات لعاشت شعوب العالم معزولة عن بعضها البعض واستحال وجود رأى عام عالمي"<sup>1</sup>.

## -1-2-التصنيف الكمي للرأي العام: وينقسم بدوره الي ما يلي:

أ – رأى الأغلبية: وهو الرأى يمثل رأى ما يزيد على نصف حجم الجماعة، وهو تجميع و تكرار الرأى الشخصي لأغلبية الجماعات الفاعلة"<sup>2</sup>.

ب –رأى الأقلية: وهو ما يقابل رأى الأغلبية، ويمثل ما يقل عن نصف حجم الجماعة.

ج –الرأى الساحق: وهو الرأى الذى يمثل الأكثرية الساحقة للجماعة حين تناقش قضية من القضايا، ويصل كل أفراد الجماعة أو الأكثرية منهم إلى قرار معين، وهذا الرأى شبيه بالإجماع وقد يكون رأياً جماعياً.

د –الرأى الائتلافى: ويتكون هذا الرأى من ائتلاف آراء بعض الأقليات في أي مجتمع تحت ضغط ظرف معين يتطلب هذا الائتلاف بغية الوصول إلى هدف بالذات، فإذا زالت الظروف العارضة التى يتطلبها هذا الائتلاف ذهب الرأى معها وانتهت مهمته"<sup>3</sup>.

## -1-3-التصنيف النوعي للرأي العام: وذلك حسب العمق و الواقعية و ينقسم بدوره

الي ما يلي:

<sup>1</sup> -- محيي الدين عبد الحلیم، نفس المرجع السابق ،ص62.

<sup>2</sup> --عاطف عدلي العبد الرأى العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، مصر، 2006،ص24.

<sup>3</sup> - محيي الدين عبد الحلیم نفس المرجع السابق ،ص66.

أ – الرأي العام العقلاني: وهو الرأي الذي يستند في تحليلاته للواقع و مواقفه من الأحداث تقوم على اسس فكرية و ثقافية، و تنبع من تحليلاته من واقعه الذي يعيش فيه لا من الخيال الذي يحلم به.

ب – الرأي العام العاطفي: وهو الرأي الذي لا يستند على أسس عقلية ، ولا على خلفية فكرية و يستمد تحليلاته و مواقفه من جذور عفوية محضة<sup>1</sup>.

#### -4-1- التصنيف الزمني للرأي العام: و ينقسم بدوره الي ما يلي:

أ – الرأي العام اليومي: الرأي العام اليومي هو هذا الشكل من الرأي العام المتغير يظهر حينما يعبر عن مشاعر الناس وأحاسيسهم سواء بالكلمات أو الإشارات أو الرموز، وهنا يكون الرأي العام سريعاً وواضحاً، وتسهم الشائعات وحملات الهمس في بناء الرأي العام.

ب – رأى عام مؤقت: وهذا النوع من الرأي محدد بعوامل زمنية ومكانية، وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة، وينتهي أجل هذا النوع من الرأي إذا تغير أحد هذه العوامل.

ج – رأى عام دائم: وهذا النوع من الرأي أكثر رسوخاً، يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويمتاز هذا النوع من الرأي بأنه أكثر تأثيراً في الناس، كما أنه يمتاز بالاستقرار والثبات على مر العصور ويتخذ أشكال العادات والتقاليد<sup>2</sup>.

#### -5-1- التصنيف حسب الاتجاه: و ينقسم بدوره الي ما يلي:

<sup>1</sup> - محيي الدين عبد الحلیم، نفس المرجع السابق ،ص17.

<sup>2</sup> - نفس المرجع السابق ،ص63.

أ-الرأي العام الموالي:وهو الرأي العام المؤيد لقرارات السلطة ورؤيتها للقضايا.

ب-الرأي العام الحيادي:وهو الرأي العام ليس بالمؤيد وليس بالمعارض في نفس الوقت سلبي

(سلبي غير مبالي ولا متفاعل).

ج-الرأي العام المعارض:وهو الراي العام المعارض لقرارات السلطة ورؤيتها للقضايا.

-1-6- التصنيف حسب التأثير والتأثر: وينقسم بدوره الي ما يلي:

أ- الرأي العام المنساق (أو المنقاد): وتمثله الأكثرية الساحقة في الشعب من الأميين وغيرهم

من الذين نالوا حظا ضئيلا من الثقافة كطوائف العمال الزراعيين والصناع، وهؤلاء

طعمة للدعاية، ويؤمنون بكل ما ينشر في الصحف والمجلات والمطبوعات أو يذاع بالراديو

أو يعرض على الشاشة البيضاء بدور:السينما، ولا يحاولون التفكير فيما يحتويه من

صواب أو خطأ أو حق أو باطل.وهم أشبه بالقطيع من السائمة يسوقه الرأي العام

النابه، والزعماء السياسيون وأعاونهم من الدعاة(رجال الدعاية).

ب- الرأي العام المثقف (أو القارئ): ويمثله المتعلمون ( سواء أكان تعليمهم عاليا أم

متوسطاً) وهؤلاء تتفاوت نسبتهم في الأمة تبعا لدرجة حضارتها، ويتأثرون بوسائل

الإعلام والدعاية، ولكنهم قد يؤثرون فيها أيضا بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء أو

مناقشات أو نقدفا لمشاهد المحايد هو المواطن الذي نفترض أنه يتجرد عن مصالحه و

أهوائه آرائه المسبقة أو لإفترضاته ، ويستمد تقويماته وأحكامه من الحس السليم ،

فلا يقر أيًا من القضايا إلا إذا بدا له إن هناك أسبابًا متينة تخوله الحكم عليها كذلك"<sup>1</sup>.

ج- الرأي العام النابه (أو القائد): وتمثله الصفوة من الأمة من قادة الرأي والمفكرين والعلماء والكتاب والساسة. وهؤلاء يكونون نسبة ضئيلة جدا في الشعب، وهم الذين يقودونه ويثقفونه ويرشدونه ويوجهونه من النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية. وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والدعاية المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما ومطبوعات... الخ. وإنما هي التي تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها"<sup>2</sup>.

7-1- التصنيف حسب درجة الظهور: وينقسم بدوره الي ما يلي:

أ-الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام المعبر عنه، ويتكون هذا الرأي في البلاد التي يتمتع مواطنيها بحرية التعبير عن آرائهم.

ب-الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه ويحدث في مجتمعات الحكم الديكتاتوري"<sup>3</sup>.

8-1- التصنيف حسب الغرض والمقاصد منه: وينقسم بدوره الي ما يلي:

<sup>1</sup>- ريمون بودون : أبحاث في النظرية العامة في العقلانية العمل الإجتماعي والحس المشترك، تر: جورج سليمان ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت ، ط1، 2010، ص 329.

<sup>2</sup>-حسين عبد القادر: الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2020، ص ص 40-41.

<sup>3</sup>- عاطف عدلي العبد نفس المرجع السابق ص24.

أ-الرأي العام الهادف و السليم (الإيجابي): يهدف إلى "إرشاد و توجيه الناس إلى كافة الأمور التي يعشونها ، أو التي تحيط بهم سواءا كانت دينية أو إجتماعية أو إقتصادية و ذلك عبر العلماء و المثقفين الذين لهم إطلاع في هذه الأمور"<sup>1</sup>.

ب-الرأي العام الفوضوي: يروج له من أصحاب مصالح ضيقة و شخصية .

#### 2-4-العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام بالرأي العام : هناك العديد من العوامل

ساهمت بشكل كبير بتزايد و تفاقم الإهتمام بالرأي العام وهي:

أ-النمو الديمغرافي الهائل : انفجار سكاني إلى ظهور المدن الكبرى والتجمعات

السكانية التي تعج بالجماعات والتفاعلات الاجتماعية بحيث ساهم من حيث الكم و

العدد، (أي حجم مجتمع قضايا الرأي العام).

ب-نمو وإنتشار التعليم مقابل إنحصار الأمية: والذي ساهم في طرح البدائل ويزيد

الطموح نحو التغيير و تبديل نحو الأفضل والاحسن، بحيث ساهم من حيث العمق و

الكيف و النوع ، (أي نوع و كفيات الحلول لقضايا الرأي العام) .

ج-تطور وسائل الإعلام و الإتصال: وبروز الإعلام الجديد ( الإعلام الاجتماعي ) والتي

جعلت من العالم قرية صغيرة،"فإننا نشهد حركة تطور لشبكة إتصالات عالمية تتداخل

فيها عناصر الصوت و الصورة و النصوص الإلكترونية ، والتي من شأنها أن تمحو الفاصل

بين الإتصال الشخصي و الإتصال الجماهيري و بين الإتصال العام و الخاص"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> -- أحمد محمد:الرأي العام وسبل التوجيه، دار أمجد لنشرة التوزيع ، عمان ، 2014، ص 99.

<sup>2</sup> -ماك شوسميث بالنافز: نظريات و مناهج الإعلام، تر: منال أبو الحسن ،عاطف حطبية، دار النشر الجامعات ، مصر، 2017، ص45.

- هناك خمس نقاط أساسية قدمها الاعلام الرقمي شكلت مساحة جديدة على ديمقراطية وحرية الرأي وهي:

- "إتاحة المعلومات لكل الناس بسهولة ، فلم تعد المعرفة حكرا على النخبة والطبقة العليا.

-أوسع الاعلام الرقمي من رقعة مصادر الإعلامية فأى شخص يمكن أن يصبح إعلاميا مما جعل رصد الرأي العام في منتهى السهولة.

- الإعلام الرقمي مكن العامة من التواصل عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي مما سهل التواصل عن بعد بل عبر القارات.

-إرسال رسائل من أكثر من مصدر إلى متلق أو أكثر في نفس الوقت و تلقي أكثر من رد أو أكثر(شبكات التواصل الاجتماعي).

يفتح الإعلام الجديد الباب أمام مشاركة و جهات نظر العامة المختلفة و تجاربهم و مشاعرهم.(هناك مجال لعرض وجهات النظر و مناقشتها بل تصحيحها و مزجها مع ما يتوافق معها)<sup>1</sup>..

**د-التغيرات الاقتصادية:** الذي باتت تطرح سلع جمة ومتنوعة وواسعة الشيء الذي

يقابله تلقائيا استهلاكات تفاضلية مما يجعل الأفراد أمام خيارات لا حصر لها ، بل يجعله في حيرة من أمره لحسم رأيه نحو أي منتج يقتنيه.

<sup>1</sup>--ستيفن كومان، كارين روس، الإعلام والجمهور، تر:صباح حسن عبد القادر، مصر، دار الفجر لنشر و التوزيع، 2012، ط1، ص ص

ه-الارتباط الوثيق بين الرأي العام والتوجهات السياسية والاجتماعية: وفي سن

القوانين اللوائح، أو التأييد، أو التنديد، أو المشاركة في وضع البرامج و الخطط المستقبلية  
كشركاء إجتماعيين و مختلف منظمات المجتمع المدني.

و-سيادة النظم الديمقراطية: وما صاحبها من " حرية الرأي حرية التعبير، حرية

المعتقد حرية الديانة...الخ

4-3-عناصر الرأي العام: مثل ما أن للاتصال عناصر " مرسل ومستقبل ورسالة وقناة

رجع الصدى "فإن للرأي العام هو الآخر عناصر هي :

-القضية : وهي النقطة المحورية و الجوهرية و الجامعة للأفراد من حيث الإهتمام و

الإشغال ( القضية = الموضوع).

-الحرية التامة: إبداء الآراء بحرية كاملة و مطلقة بعيدا عن كل الضغوطات أي كان

مصدرها، - إيتيان دولا بوسي " لم نولد و حريتنا ملك لنا فحسب ، بل نحن مكلفون أيضا

بالدفاع عنها" فالحرية هي " المقدس الزمني للبشر"<sup>1</sup> و من مسلمات إيتيان دولا بوسي حول

الحق العام " أن الشعوب هي من تصنع الطغاة بنفسها و بين الشروط الضرورية ليعاد

للناس حقهم الأساسي لأنهم هم صانعو حريتهم"<sup>2</sup>.

-عقلانية و شخصانية الرأي:أي أن هذه الآراء مبنية على منطق عقلي شخصي على أسس

و مبادئ و إعتبارات، و تجارب تختلف من فرد لآخر وليست إعتباطية عشوائية،. و يصعب

التفويض أو الكلام بإسم الآخر.

<sup>1</sup>-إيتيان دولا بوسي: العبودية الطوعية، تر: عبود كاسوحة، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008، ط 1، ص 5.

<sup>2</sup>- نفس المرجع، ص 133.

- البدائل و المفاضلات : تعد الاتجاهات أو الحلول إزاء هذا الموضوع من أهم عناصر الرأي العام، و التي تختلف طبعاً بين أفراد الجماعة، و إذا لم يكن هناك بدائل و مفاضلات بين مجموعة كبيرة من الحلول فلا يمكن أن نتكلم عن اختلاف في الآراء.

-المناقشات و الحوارات: يتطلب في الرأي العام وجود عنصر النقاش والحوارات المبنية على المنطق والحجج والبراهين ومخاطبة العقول ، مهما عدت هذه الوسائل ( الإعلام الاجتماعي أو الاعلام الجماهيري ، فيسبوك ، تويتر ، تلفزيون إذاعة .

-الحجم "النسبة" : داخل الجماعة هناك رأي غالب يعني هناك نسبة من المجموع الكلي يعني هناك توجه عام يقدر بحجم أو نسبه وليس مطلق .

-الجماعة : وهي مجموعة الأفراد وكل الأفراد التي لها إهتمام بالقضية (الموضوع) على اختلاف اتجاهاتهم نحوه .

-الرمزية التفاعلية: يجمع الباحثين بأن الرأي العام ليس هو عموم آراء الأراد كما يعتقد البعض بأنها حاصل مجموع آراء الأفراد بل هو محصلة لعمليات التفاعل الاجتماعي، شيخ مسن ، فقيه، حكيم .

-القائمون على الرأي العام : أو قادة الرأي العام ، الزعماء ، الشخصيات القيادية و الكارزمانية ، رجالات الدين ، أو اصحاب الرأي العام القائد او النابه.

-الاتفاق والإجماع: الرأي العام بالنهاية هو الرأي الإجماعي أو التوافقي لدى مجموعة إجتماعية معينة ومعنية بقضية محددة .

- التعبير و ردة الفعل أو سلوك الرأي العام (تمظهراته): للرأي العام ردة الفعل التي يتمطر من خلالها كالمظاهرات الحراك ، إضرابات ، كتابات حائطية التي تعبر عن المكبوتات عند جهة مضطهدة ، حمل لافتات ، صور، مقاطع لفضية ، عبارات شعرية ....إلخ.

### -خامسا: كيفية تشكل الرأي العام ووظائفه و أساليب تغييره :

1- كيفية تشكل الرأي العام :هناك من حددها بثلاث مراحل وهناك من حددها بأربع ، ولكن يتفق على أن الرأي العام له مراحل لا بد أن يمر بها حتي يتبلور و ينضج و يتشكل و يعتمد و يتخذ و يعلن أو يفصح عنه ، فإذا كان ينظر إلى ظاهرة الرأي العام على أنها ظاهرة معقدة يصعب تحليله إلى أجزاء ، تحليلا بسيطا بل تتداخل مجموعة من العوامل و المؤثرات المختلفة في تكوينها ، مؤثرات سيكولوجية و سياسية و ثقافية و إجتماعية تتكون من مجموعة القيم و المعايير التي تحكم إدراك الفرد و سلوكياته ، فإن بالرغم من ذلك تحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها الفرد في تكوين الرأي العام لديه.

- و يحدد دافيسون صورة تفصيلية لعملية تكوين الرأي العام ، بحيث تمر بالمراحل والخطوات الآتية ، ففي البداية يتم إتصال بين شخص وآخر حول موضوع معين ، وفي هذه المرحلة تبدأ جذور هذا الموضوع بالتكوين والنمو ، وبعد ذلك تتسع دائرة المناقشة لتصبح أكثر إنتشارا وعمومية ، ويظهر بذلك الموضوع على سطح يأخذ شكلا معيناً ، وبعد هذه المرحلة ينتقل الموضوع الى المفكرين والباحثين الذين يتولون الموضوع وتباحثون فيه بشكل تفصيلي ، ومن ثم يصل الموضوع الى قادة المجموعة أو المجتمع ، بحيث تبنيون الموضوع و يصبح أحد اهتماماتهم ، ليصل الموضوع بعد ذلك وبفعل موازين القوى والسلطة التي يتمتع بها قادة المجتمع الى وسائل الاعلام والوكالات المتخصصة في التغيير ودراسة الرأي

العام وتفاعلاته ، لتقوم هذه الوسائل والوكالات بعد ذلك بتبسيط الموضوع ووضعه في صورة عامة واضحة بحيث يصبح على الانسان العادي فهمه ومعرفة مضامينه ، وهذا مما يجعل من الموضوع ذا أهمية وجذب خاص بحيث يصبح محل إنتباه الكثير من الناس ، وفي المرحلة التالية يزداد وقع الموضوع وأثره وثقله في المجتمع ، بحيث يصبح مركز النقاش والتحاور ، وتتشكل حوله العديد من الآراء والتوجهات ، ويتم الوصول في النهاية الى إدخال هذا الموضوع العام في نطاق القانون أو العادات الاجتماعية السائدة

-ونلخص عملية تكوين الرأي العام في الخطوات الآتية :

-المرحلة الأولى : وهي ادراك جماعة من الناس لموقف معين على أنه يمثل مشكلة ، ثم تقرر اتخاذ موقف من هذا الحدث ، والبحث عن بدائل مختلفة لعلاج هذه المشكلة

-المرحلة الثانية : فيتم فيها التفاق على بديل معين يمثل الحل الأنسب للموقف ، والعمل كذلك عن الترويج لهذا الحل وعلى الجماعة وادراكها لهذا الحل .

-المرحلة الثالثة : يتم تنفيذ برنامج عمل ، ويستمر حتى يتم الوصول على النتائج المرجوة .

وبما أنه ينظر الى ظاهرة الرأي العام على أنها ظاهرة معقدة تتداخل فيها مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها ، مؤثرات سيكولوجية وديناميكية الجماعة وتأثيرها على الفرد ، ومؤثرات سياسية ، وأخرى ثقافية واجتماعية التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته ، فإنه تم إضافة مرحلة أخرى لتكون بنهاية أربع محطات أساسية كمراحل يمر بها تكوين الرأي العام.

-أ-مرحلة الإحساس و الإدراك: " يتعرض الفرد لمجموعة من المنبهات عن طريق حواسه التي تعد مفاتيح المعرفة و إتصاله بالعالم الخارجي و البيئة الخارجية ، و يبدأ الفرد في إدراك

هذه المؤثرات إدراكا حسيا ، إلا أنها لا تقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس ، بل يحاول الإنسان أن يدركها كرموز ثم يعطى لهذه الرموز معنى أو معاني معينة.

و من هذا يظهر بأن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد إستقبال إنطباعات حسية ، بل يقوم العقل بفعاليات الإضافة و الحذف أو التحريف و تأويل ما يتأثر به من إنطباعات حسية و المعاني التي يقررها الفرد على ما يدركه من مؤثرات تتحدد إستنادا إلى إطاره المعرفي و المرجعي ووفقا لخبراته الماضية و طريقة فهمه للحياة و دوافعه و حوافزه.

-وهذا يعني أن الإدراك عملية معقدة و هي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الارجية ، و مجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة و في حدود إطاره الدلالي و مجموعة القيم و الإتجاهات و المعايير المختلفة التي إكتسبها من البيئة الثقافية و الإجتماعية، إن عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف و المعلومات التي يتلقاها الفرد سواء عن طريق البصر أو السمع ولكنها تتوقف على طبيعة إتجاهات الفرد و قيمه و ثقافته"<sup>1</sup>.

-ب-مرحلة الرأي الفردي: في هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله و إتجاهاته النفسية حول الموضوع المثار ، فإن الفرد يحدد لنفسه موقفا معين لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له و موقف الفرد حول موضوع ما قد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذ الآخرون ، وهذا ما انتهى إليه w.lippenan من أن تصرفات الناس و إستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي ، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصورة الذهنية الكافية في نفوس الناس.

<sup>1</sup>-كامل خورشيد مراد: المدخل إلى الرأي العام ، دار المسيرة ، عمان ، 2022 ، ط4، ص ص 117،116.

ج-مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة: وفي هذه المرحلة تدور المناقشة و الحوار و الجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد و آراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم إهتمام بالموضوع و كل منهم يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوفر لديه من معلومات و تلعب وسائل الإتصال دورا حيويا في ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.

د-مرحلة تحول آراء الأفراد على آراء الجماعة: من خلال الحوار و المناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل إهتماماتهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة و المتباينة و تأخذ المناقشة في الإتجاه و تأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل اليه أغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور ، و يصبح هذا الرأي عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة و الجمهور ، وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخص لكي يتوافق مع رأي الجماعة و تدخل هنا في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة و لتحقيق صفة الإنتماء " إليها و التعاطف معها " <sup>1</sup> .

2- الرأي العام ووظائفه : هناك وظائف عديدة للرأي العام من أبرزها ما يلي:

1-2-الضبط الإجتماعي: للرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها في الحال على السلوكات التي تنتهك حرمة المعايير الإجتماعية و الأخلاقية ، أو التقاليد و العادات و الأعراف الإجتماعية، أو حتي القوانين الوضعية.

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق ، ص 117.

2-2- رعاية المثل الإجتماعية: دعم الخلفية الثقافية التي تتضمن القيم و العادات و التقاليد التي يتوارثها الشعب و المحافظة عليها، بل و نقلها من جيل إلى آخر من خلال الدعم و التأييد.

2-2- إذكاء الروح المعنوية و الجماعية: يعزز الحس المشترك و نيز الأناية ، و ذلك من خلال التوجيه الدفع نحو القضايا العامة المهمة ، وهو ينشط إهتمام أفراد الجماعة و يجعل منهم قوة ملتزمة وراء القضايا العامة لا الخاصة.

2-4- التعبئة الجماهيرية: وهي إثارة و شحذ الرأي العام و تهيئته لتقبل أي تغيير أو تعديل .

2-5- تحسين الذوق العام و الأخلاق الرفيعة و السلوك الإنساني: كل ما يخل أو يعكر الذوق العام و يعارض نبل الأخلاق و السلوكات غير إنسانية يتصدى لها الرأي العام بكل حزم مثل قضية جمال بن سماعيل البشعة و اللا إنسانية و التي تصدى لها الرأي العام الجزائري من خلال هبة شعبية قوية و حازمة.

2-6- الوظيفة السياسية للرأي العام : يعمل الرأي العام عمل الموجه لحركة النظام السياسي فهو يقدم الدعم و التأييد حين تكون تلك الحركة متسمة بالمشروعية ، كما يعمل عمل المعدل أو المغير حين تكون تلك الحركة غير منسجمة مع المصالح العامة .

2-7- الوظيفة الإقتصادية: يؤثر الرأي العام بشكل فاعل في تحريك عجلة الإقتصاد و إنجاح خطط التنمية و تعمل القوى الإقتصادية على إستمالة الرأي العام و كسبه للتروج لبضاعة أو سلعة ، أو خدمة ما .

**8-2- التخطيط:** تساعد معرفة إتجاهات الرأي العام وتطلعاته في عملية التخطيط في جميع الأصعدة ، في حل الكثير من المشكلات الإجتماعية.

**9-2- التثقيف و مشاركة العقول :** يساهم الرأي العام في التثقيف و إقحام الأفراد في جميع الموضوعات العامة و في شتى المجالات ، بالإضافة إلى تفعيل الإحتكاك خاصة أهل الخبرة و الدراية و قادة الرأي .

**10-المرافقة و المتابعة :** يعمل الرأي العام على بلورة معايير وقيم جديدة لكل المستجدات في المجتمع و في المجالات كافة.

-ويمكن نظمها كل هذع الوظائف المتنوعة و المتعددة فيما يلي:

**أ-وظائف الرأي العام بالمجال السياسي :** التأثير على القرار السياسي ، التأثيرعلى الانتخابات ، رسم الخطط و المشاريع او مساهمة في بنائها و انجاحها ، تحديد ملامح السياسية الخارجية ، المساهمة في الاستصدار القوانين و المصادقة عليها ، التحديث الساسي المستمر بمؤشر الرأي العام " مجارة الرأي العام "

**ب-وظائف الرأي العام بالمجال الاجتماعي :** وظيفة الضبط الاجتماعي و الرقابة الاجتماعية : و تتمثل في المحافظة على العادات و التقاليد و الغير الموجودة في المجتمع ، و ما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق و عادات المجتمع ، لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تتنافى مع الأعراف و التقاليد و الدين و هنا يكون عادة رأيا ستاتيكي لا ديناميكي.

**ج- وظيفة التطوير و التنمية الاجتماعية :** للرأي العام القدرة على تعديل أو تغيير الاوضاع الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و التربوية نحو الاحسن و الافضل عبر الثورات ، أو

المظاهرات أو الاضطرابات أو الجمعيات أو النقابات الدفاعية ، وحماية المستهلك ، بالإضافة الى وظيفة التعبئة الاجتماعية لدعم القضايا العامة .

د- وظيفة الرأي العام بنسبة للفرد : إكساب الفرد أهميته ومكانته داخل النسق الاجتماعي فالفرد الذي يخالف الرأي العام يعتبر خارجا عن المجتمع ، وهو ما يسبب له النبذ ، والعزلة الاجتماعية وعدم القبول من طرف المجتمع الذي يعيش فيه.

3- الرأي العام وأساليب تغييره : هناك العديد من الأساليب لتغيير الرأي العام وهي :

أ- أسلوب التكرار والملاحقة: يعتقد البعض من الباحثين أن أسلوب التكرار و

الملاحقة و المتابعة لمواضيع محددة أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام بدلا من الجدل والمناقشة دون تركيز ومتابعة لأنها تعمل على تثبيت الرأي العام، فطرح موضوع واحد ومحدد عدة مرات بصيغ مختلفة وملاحقته ومتابعته بصيغ أخرى يكون أجدى وأنفع من طرح مواضيع عديدة بدون متابعة ولا ملاحظة. وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، ووصف (جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي بقوله " إن سر الدعاية الفعالة يكمن - لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه أذان الناس وأبصارهم إليها مرارًا وتكرارًا.

و" يطلق على هذا الأسلوب الترتيل ، و الشرط الرئيسي ليكون الترتيل مؤثرا هو مدى تناسب لهجة و شكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة هذا الجمهور و سماته المختلفة"<sup>1</sup>.

**ب-أسلوب الإثارة العاطفية :** هذا الأسلوب ينجح في الأمم المتخلفة حضاريا، ونقصه بالتخلف الحضاري البعد عن أسلوب التفكير المنطقي حيث يسهل تغيير الرأي العام، وتسلس قيادته إلى أي جهة كانت لمجرد إثارة عواطف طافية على السطح.

وهذا لا يعني أننا ننكر ما للعاطفة من أثر في إثارة وتغيير الرأي العام شريطة أن لا

يتم استغلال العاطفة والانفعال لأغراض غير منطقية أو متميزة، ولكن بتوظيف

العاطفة لأغراض نبيلة، ولذلك فإن الإسلام لا يحاول إثارة العاطفة إثارة سطحية بل

يحاول أن يبني هذه العاطفة ويجعلها أساسية في التفكير، وفي اتخاذ المواقف المتينة

التي لا تتأثر بالأهواء الخاصة والأغراض الشخصية.

-والواقع أن الدعاية التي تعتمد أساساً على إثارة العواطف، لا على المناقشة

والإقناع، تعمل على احتقار دفين للجماهير، واعتبارهم رعايا للدولة، عليهم أن

<sup>1</sup> - عاطف عدلي العبد عبيد : الرأي العام وطرق قياسه ، نفس المرجع السابق ، ص 67.

يسمعوا ويطيعوا، لا مواطنين يشاركون في حكم البلاد، ومن حقهم أن تصلهم الحقائق، وأن يناقشوها قبل الوصول إلى رأي نهائي فيها"<sup>1</sup>.

**ج-أسلوب عرض الحقائق:** ويستند هذا الأسلوب أساساً على وصول الحقائق إلى

أكبر عدد ممكن من الناس، على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثراً، وأبقى على مر الزمن من الأكاذيب و التهويل و الشائعات، وينبع هذا الأسلوب من احترام عقلية الجماهير وحقها الديمقراطي في حكم نفسها بنفسها، ومن أبرز العوامل التي تحقق نجاح هذا الأسلوب، التربية السياسية الواعية للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع. وأسلوب عرض الحقائق أسلوب جيد ونظيف من أساليب تغيير الرأي العام من الحالة الأردأ إلى الحالة الأجود، وهو أسلوب يحتاج إلى تربية سياسية واجتماعية واعية، كما يحتاج إلى جهود مكثفة لزرع ثقة الإنسان بالنظام السياسي، ويحتاج أيضا إلى قناة اتصال جيدة قادرة على توصيل الحقائق بأمانة وصدق، وقد تم استخدام هذا الأسلوب في الدولة الإسلامية الأولى بزعامة رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم في معركة أحد وغزوة الخندق وغزوة حنين، وغزوات ومعارك كثيرة حيث كان الصدق فيها والخوف من الله هما العنصران الرئيسيان في عرض الحقائق

<sup>1</sup> - معي الدين عبد الحلیم نفس المرجع السابق، ص 108.

على الأمة. وتم استخدام هذا الأسلوب أيضا في الأنظمة الديمقراطية التي ولدت في العصر الحاضر"<sup>1</sup>.

-د-أسلوب تحويل انتباه الجماهير: قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العالم بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ، بل ربما نجم انفعال عكسي نتيجة محاولة طرح فكر مخالف لما استقر عليه ضمير الجماهير، حتى ولو كان الفكر المستقر يتنافى مع الحقائق الموضوعية، والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الدعاية في مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار، أو ربما أكثر أهمية منه، وهذا هو الأجدى. وأسلوب تحويل انتباه الجماهير من الأساليب الشائعة الاستخدام، وهذا الأسلوب له ميزتان الأولى: أن استعماله لا يواجه أى مشاكل، خاصة عند استحداث شيء يحول انتباه الرأي العام والميزة الثانية: هي أن نتائجه على المدى القصير كبيرة.

وقد استخدم هذا الأسلوب أيضا في ضرب اضطهاد عدد من العلماء في إحدى

الدول فما كان من النظام السياسى القائم في تلك الدولة إلا أن أعلن عن عقد مؤتمر عام في عاصمة هذه الدولة محاولا تحويل انتباه الأمة عن ذلك الحدث

<sup>1</sup> - نفس المرجع ص 109.

الجلل، إلى حدث آخر، هذا إضافة إلى الضجيج الإعلامي الذي صاحب المؤتمر منذ انعقاده وحتى انفضاضه.

وتستخدم بعض وسائل الإعلام هذا الأسلوب في كثير من الأحيان، فتحاول تحويل الأنظار المتجهة إلى مناطق الاشتعال في العالم إلى مناطق أخرى فسارعت وسائل الإعلام إلى تحويل انتباه الرأي العالمي إلى منطقة أخرى من العالم في سبيل امتصاص الشعور الغاضب، وهكذا نرى أن أسلوب تحويل انتباه الجماهير من الأساليب الجديدة التي استخدمها الاستعمار في الدول الثائرة<sup>1</sup>.

ه- أسلوب البرامج الإيجابية المحددة: للبرامج والتصريحات الإيجابية المحددة أثرها وسحرها الكبير على الرأي العام، وهذا ما يدركه رجال السياسة ولذلك يحرص معظمهم في الدول المتقدمة على التقدم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل على العكس تماما من العمل غير المبرمج والذي لا يستند إلى هدف واضح أو على رؤى مستقبلية واضحة.

-وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، لأن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم. إلا أن البرامج والوعود المسرفة في التفاؤل تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها، و تأتي بنتيجة عكسية إذا لم يتبعها العمل وترجمها الأقوال إلى أفعال.

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 110.

- ويمكن استمالة الأمة بأسلوب البرامج الإيجابية المحددة في البناء والاستثمار في

محاولة هادفة لتغيير اتجاهها، ومن ثم فإنه يلاحظ أن الدول المختلفة تطرح برامج

تنموية لكسب رضاء الأمة"<sup>1</sup>.

-و- أسلوب إفتعال الأزمات: وهو من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام، ويعني

إستغلال بعض الأحداث أو الظروف- وربما تكون محدودة - بنجاح من أجل خلق

أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب، مثل و.م

أ، افتعلت أحداث الإهابية على البرج العالمي لتبرير تدخلها العسكري في الدول مثل العراق

و أفغانستان ، و سوريا و غيرها بحجة محاربة الإرهاب و بن لادن و تتمثل للرأي العالمي

بأنها تحمي المجتمع الدولي من الإرهاب في حين أنها هي الإرهاب بذاته.

-ز- أسلوب الرعب والفوضى(الذعر و النفور): "وهو أسلوب تلجأ اليه بعض القوى

لتغيير الرأي العام لصالحها. وقد إستخدمتها المخابرات النازية بصفة خاصة في إستغلال

دوافع الأمان لدى الأنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب بإخضاعها من خلال

إستخدام الوسائل المختلفه لخلق حالة من الذعر والفوضى.

-كما إستخدمتها الدول الغربية في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعي

المنتظر قبل إنهيار المجتمعات الشيوعية.

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 110.

-كما أن إستغلال الأحتكارات الغربية لهيستريا الحرب التي كانت تنشرها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إبقاء العالم في حالة من التوتر خدمة لمصالحها الإقتصادية وأطماعها التوسعية.

**ح- إطلاق الشائعات:** الشائعات هي معلومات لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي والنزاهة والدقة والأمانة ومن ثم فهي أقدر على الغوص في الجماهير التي تفتقد الى الوسيلة التي تمدهم بما هو صادق وحقيقي، وتعرف الشائعة علي أنها ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشوية في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول، مثل الاخبار الكاذبة التي بثها التلفزيون المصري ونشرتها الصحف القومية المصرية في تظاهرات يوم 25 يناير 2011 المسمى بيوم الغضب الشعبي المصري ضد نظام الحكم، حيث هونت كثيرة من حقائق الامور وأكدت أن المظاهرات معدودة الافراد وقلة من الناس في هذه المظاهرات التي كانت بالملايين<sup>1</sup>.

**-الدعاية السوداء:** وهي الدعاية التي لا تكشف مطلقا عن مصدرها ولا مصادرها الحقيقية، "و تستهدف إشاعة البلبلة و حرب الأعصاب و التشكيك و التحريض على العصيان و تلحق الضرر ب الرأي العام الذي تمده بأخبار زائفة و تحدث بلبلة في الآراء و إضطرابا في الافكار.

<sup>1</sup> - فتحي حسين عامر: إستطلاعات الرأي على الانترنت ، العربي لنشر و التوزيع ، القاهرة ط 3 ، 2013، ص ص 84-85.

-**الدعاية الرمادية:** وهي الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الرأي العام على مصادرها الحقيقية و تختفي وراء هدف معين و تعمل بطريقة غير مباشرة من خلال مصادر متنوعة.

-**الدعاية البيضاء:** وهي الدعاية المكشوفة غير المستورة من أجل هدف معين و واضح للعيان، لذلك تقترب الدعاية البيضاء من الإعلام و إن إختلفت عنه من حيث و جود أهداف تأثيرية مسبقة و إخفاء بعض الجوانب السلبية و التأكيد على الجوانب المشرقة فقط"<sup>1</sup>.

-**أما عن الأساليب تغيير الرأي العام الأكثر بشاعة و الأكثر عمقا :** هي التي تستعمل طرق غير إنسانية و لا أخلاقية هي ما يعرف بغسيل الأدمغة، أو اللعب على الأدمغة أو ما يعرف بـ : هندسة العقل الذي " ظهر كمنهج لهندسة العقل و التحكم بالجمهور و التأثير فيه في منتصف القرن الماضي ، وعلى يد العالم النمساوي المعروف إدوارد بيرنز ، الذي تأثر بأفكار سيغموند فرويد و طورها في مجال الإعلام و الدعاية و السطرة على الرأي العام .

-إن هندسة العقل الجمعي و التحكم به تعني القدرة على التأثير على العقل الباطني و اللاوعي للجمهور المستهدف به و خداعه ، عبر مخاطبة حاجاته و غرائزه، و الإعتماد على جملة من الأساليب و التكتيكات العلمية و عملية الخداع و التظليل و المستندة على دراسة و فهم الأبعاد النفسية و الإجتماعية و السلوكية،" حيث يفهم في كونه نوعا من التلاعب

<sup>1</sup> - عاطف عدلي العبد، الرأي العام و طرق قياسه ، نفس المرجع السابق ، ص 22.

الفكري بالفرد و الجمهور ، و تحويل نمط تفكير العامة إىروبوت آلى إستجيب للأوامر و يعتقد أنها قرارات تمثل الإرادة الحرة للخص المنفذ"<sup>1</sup>

-و يذهب والتر ليبمان إلى "أن هندسة العقل هي نظرية صنع الموافقة لدى الجمهور"<sup>2</sup>.

-فالبرامج المتبعة من قبل وكالة المخابرات الأمريكية حول هذا المجال تسعى إلى تغيير عقل الانسان و طبيعة سلوكه و نمط تفكيره و منها ما يعرف ببرنامج (M.K.ULTRA) إذ تهدف تلك المشاريع و البرامج إلى:

أ- إنتاج مواد تهدف إلى تعزيز التفكير غير المنطقي، و تجعل متعاطفها منبوذا من المجتمع.

ب- إبتكار مواد تؤدي إلى تشويش الذهن و خفض معدلات الطموح.

ج- تقديم مواد تؤدي إلى الشيخوخة المبكرة و تعطيل المدة اللازمة لبلوغ سن الرشد.

د- التلاعب بخيارات الأفراد و تحديد أيهما الأصح بالنسبة للسلطة، ما نريد قوله عن هندسة العقل هو كلام واقعي و لا يستند إلى فرضية نظرية المؤامرة"<sup>3</sup>.

- "و الحق أن الرأي العام على ضخامته و عظيم تأثيره إلا أنه يكاد يكون طفلا ساذجا يمكن

التغريبه و تضليله على أيدي شركات كبرى تتخصص في هذا الشيء لا في غيره ، فيذكر

كتاب فرنسي بعنوان : أسلحة التظليل الشامل أن هناك شركات للعلاقات العامة وظيفتها

أن تبيع الوهم للمواطنين و بعضها تربطها عقود بأجهزة المخابرات الأمريكية تخول لها حق

<sup>1</sup> - حسين سعد عبد الحميد:هندسة العقل دراسة في أساليب خداع الرأي العام،مركز النهريين لدراسات الاستراتيجية،

العراق، العدد20، 2020، ص02.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 09.

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص 11.

توزيع الأخبار المغلوطة عن الحرب و تصوير أفلام تلفزيونية دعائية تصوغها و تخدم أهدافها ، حدث هذا في أفغانستان عندما إحتكرت إحدى الشركات بث أخبار الحرب دون منازع، كما حدث في العراق و كلنا يذكر أن مشهد إسقاط تمثال صدام حسين في قلب بغداد كان مسرحية من إعداد و إخراج هذه الشركات التي قامت بتعبئة أكثر من 100 شخص لكي يكونوا جاهزين لتصفيق و كان من بينهم و يا للعجب أناس يحملون عضوية مجلس الحكم الانتقالي في العراق!!!<sup>1</sup>.

-نعم (الرأي العام) هذا البحر الهادر من الكتل البشرية يمكن التحكم فيه ، و تشكيل توجهاته و صبه في قوالب معدة سلفا ، أي يمكن تصنيعه بمواصفات محددة كحال أي سلعة قبل عرضها في الأسواق، وهناك تقنيات شتى يبرع في استخدامها رجال السياسة في العالم بحيث تضمن له (رأيا عاما) سلسا و مطيعا و جاهزا لتصديق كل ما يقال من أكاذيب و أذاليل، لست أنكر هذه العبارة النظرية الأكاديمية التي يرددها دائما علماء الإعلام و الرأي العام في كتاباتهم قفزت إلى ذهني عندما تابعت كغيري تفاصيل الفضيحة التي فجرتها قبل فترة لوس أنجلس تايمز حول قيام الجيش الأمريكي في العراق مثلا بدفع أموال سرية إلى صحف عراقية مقابل نشر مقالات كتبها عسكريون لتلميع صورة الاحتلال و إظهار الإيجابيات و التحولات الديمقراطية التي أحدثها في الساحة العراقية<sup>2</sup>.

-و لذلك يرى العلماء بأنه " يتحكم بالإنسان و نمط تفكيره جملة من الخصائص و الخواص المتنوعة تسعى و سائل الإعلام أجهزة الدعاية ذات التأثير السياسي إلى إستغلالها

<sup>1</sup>-سعيد اللاوندي:،دبلوماسية العلاقات العامة : الرأي العام جسد مارد و عقل طفل، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة، 2016، ط1، ص06.

<sup>2</sup>- نفس المرجع ، ص 04 .

و تهجينها و التحكم بها في محاولة للسيطرة على عقول الجماهير و برمجة تفكيرهم ، ومن هذه الخواص"<sup>1</sup> ، وذلك من خلال:

**أ-الترميز:** حفظ المعلومات المراد ترسيخها في كود معين و تحويلها إلى رمز محدد .

**ب-التنميط:** "يستخدم النمط على نطاق واسع في عملية تشكيل الرأي العام إذ تصبح الأمثلة و الشعرات و الجمل و الأغاني و الصور و التماثيل رموزا عامة متداولة في المجتمع"<sup>2</sup>.

**ج-التجسيد:** نجد وسائل الإعلام و خبراء الدعاية و الفنانين و رسامي الكاريكاتير و الرسوم المتحركة يستغلون خاصية التجسيد لإثارة العواطف و الإنفعالات لتجسيد المواقف و القضايا.

**د-التبرير:** في كثير من الأحيان يلجأ الإنسان إلى نوع لا شعوري من ألوان خداع النفس عن طريق تفسير بعض أشكال التفكير و السلوك غير المنطقي و غير السوي الذي يقدم عليه الإنسان في ضوء أسباب مقبولة إجتماعيا بغض النظر عن الأسباب و الدوافع الحقيقية و بالمحاكاة تستخدم و وسائل الإعلام "هذه الخاصية لكسب الجماهير و خداعهم عن طريق إشاعة سيل من التبريرات القوية بدلا من توضيح الأسباب الحقيقية وراء القضية.

**هـ- الإبدال أو التحويل:** الإبدال أو التحويل هي عملية لا شعورية يلجأ إليها العقل عندما يجد عائقا في موضوع معين إذ يتحول إلى موضوع آخر يغلب به الموضوع الأول ، و بالمحاكاة يتم

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 12.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 14.

تحويل إتجاهات الرأي العام و لاسيما في أوقات الأزمات ، كتحويل السخط إزاء البطالة إلى المهاجرين مثلا إلى نظرية المؤامرة الخارجية بعيدا عن الأسباب الحقيقية"<sup>1</sup>.

-و-الإسقاط : يقصد بالإسقاط هو التفسير المصطنع "أي تفسير أعمال الآخرين بحسب ما يجري في نفوسنا فالجاهل يتهم الناس بالجهل و السارق يتهم الكل بالسرقة و الكاذب...إلخ ، أي وسم الناس بحسب الفصيلة القومية التي ينتمي إليها الفرد فينسبها لغيره و يبرئ نفسه منها، و الإسقاط هنا يتسم بإنعدام النظرة الموضوعية للأمور(الولايات المتحدة الامريكية هي أكبر إرهابي مدمر لدول و يتهم الآخرين به و يتظاهر بمحاربة الإرهاب).

ز- التعويض: يلجأ العقل البشري إلى خاصية التعويض كحافز لتجاوز المحن و أسباب اليأس و الإحباط التي ألمت به ، فالعقل يلجأ للتعويض المقرون بالصمود و الثقة بالنفس للهروب من واقع الإضطهاد الداخلي و الخارجي ، و الشعور بالرضا النفسي و رفع الروح المعنوية له، و هذه الحالة كانت حاضرة و بقوة و مجسدة في صمود الشعب الياباني بعد الحرب العالمية الثانية و ما تعرض له من قصف نووي في هيروشيما و ناكازاكي ، فوجد الشعب الياباني ضالته في العلم و المعرفة للتعويض عن الهزيمة و الخسارة التي لحقت بهم في الحرب، لتصبح اليابان لاحقا بفضل تطورها العلمي و التقني أحد أقوى إقتصاديات العالم و مصدر قلق حقيقي لإقتصاد و.م.أ.

ح- التطابق: فالفرد عادة ما يسعى إلى البحث عن السلامة و البقاء و النجاة بحياته عبر التعبير عن إتفاقه مع رأي السلطة حتى ولو خلف رأيه الحقيقي و قناعاته الشخصية كي لا يتعرض للملاحقة و الإتهام و التطرف و الخيانة أو غيرها من القوالب و التهم الجاهزة"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> -نفس المرجع، ص 16.

**-سادسا:عوامل تكوين الرأي العام :** هناك الكثير من العوامل التي تتضافر فيما بينها لتكوين الرأي العام لدى العامة أو لدى الأفراد ، و التي يرجع بعضها إلي البنية الاجتماعية و مكانزمات البيئة المحيطة و إلي خصائص المناخ السائد وفي الوقت نفسه يتعلق و يرجع إلى طبيعة الأفراد وما هم عليه من نزوات ميولات نفسية، و هوايات و إتجاهات إجتماعية، وما لديهم من إدراكات عقلية و تأويلات إستنتاجية إستنباطية و تحليلية لفهم قضايا الرأي العام و من ثمة تشكيل الرأي العام، و فيما يلي أهم عوامل تكوين الرأي العام.

**1- العوامل الفسيولوجية و الوظيفية:** بحيث "ترى بعض البحوث أن هناك سمات جسمية تؤثر في عقلية الفرد و أفكاره، فالمرضى تكون أفكاره عليلة و قد تكون نظرتهم للحياة متشائمة ، كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التي عني علماء الجريمة من أمثال (لومبروزو) بدراستها و قد إتضح أخيرا أن الغدد الصماء و ما تفرزه من هرمونات تؤثر تأثيرا مباشرا على الفرد فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية مثلا يصبح الفرد متوترا و قليل الإستقرار و سريع الغضب.

**2- العوامل النفسية:** هناك عوامل نفسية تؤثر في تصرفات الفرد و في سلوكه فقد يكون الإنسان متصفا بالحب لأن غريزة الخوف قوية لديه أو أنه لم يكتسب بعد صفات التسامي و الإعلاء و ينطبق نفس القول بالنسبة لغرائزه و ميولاته أخرى كالغريزة الجنسية أو حب الإستطلاع أو السيطرة أو غيرها، و تلعب الأهواء دورا بالغ الأهمية في بلورة الرأي العام و ذلك حسب الظروف السائدة ففي ظروف الحرب مثلا يتقبل الناس آراء و يعتقدون في صحتها ، و أهميتها بينما يشكون فيها في وقت السلم أي

في الظروف العادية ، و حتي في الأحوال العادية يتأثر الرأي العام بأفكار لاشعورية دون أن يعرف الناس ، فاللاشعور يؤثر في توجيه أفكارنا و آرائنا ، بصدد عمل أو حادثة أو فكرة و ذلك تبعا لخبراتنا السابقة و ما مر بنا من إنفعلات و صدمات"<sup>1</sup>.

### -3- العادات و التقاليد و القيم الموروثة: تتميز الشعوب و الأمم ككل و المجتمعات عموما و

خاصة ذات التاريخ العريق بإحترامها للعادات و التقاليد و تتعلق بها و غالبا ما تكون عصبية على التغيير و تتقبلها الشعوب بشرها و خيرها على أساس أنها حقائق و بديهيات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي قط، فالمجتمع الذي ورث تقليد حبس المرأة بالمنزل سيرفض بشكل تام و قاطع و فكرة خروجها للتعلم أو العمل أو القضيان مثلا من مبدأ الخروج عن النظم النسقية و الإجتماعية ، " ثمة إجماع على وجود علاقة قوية جدا بين الرأي العام و العادات و التقاليد، فالعادات هي عبارة عن أنماط السلوك الاجتماعي التي تنتقل من جيل الى جيل و تستمر فترة طويلة حتي تثبت و تستقر الى درجة اعتراف الأجيال المتعاقبة بها ، و يرى الفلاسفة و علماء السياسة ان العادة قاعدة إجتماعية تكونت على مر الزمن و إكتسبت إحترام الرأي العام و تقديسه ، أما التقاليد فهي عبارة عن ذكريات الماضي و التجارب التي مرت بها الجماعة في ماضيها و التي يتناقلها الخلف عن السلف جيلا تلو الآخر ، و من ثم يمكن القول أن العادات و التقاليد من بين العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام ، و لكنهما يختلفان عن الرأي العام من حيث الطبيعة و الخصائص"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-كامل خورشيد مراد، نفس المرجع السابق، ص ص 142-125.

<sup>2</sup>-عسييلة صبيحي، ال رأي العام، مصر، نهضة مصر لطباعة و النشر و التوزيع، 2007 ، ص 19.

- وهنا يتعين علينا التنويه ولفت الإنتباه لمسألة الأمثال والحكم والأقوال والمأثورات لما لها تأثير كبير على الرأي العام ، ذلك أن " أمثال السابقين و أقوالهم تروّج في أوساط المجتمع وتتحول إلى شبه قانون ، وهذه الأقوال تختزن في طياتها القيم والمعارف ، وتجمع خبرات الأمة وتجارب أبنائها ، لذا فهي ذات تأثير كبير على الحاضر و على أجيال الأمة المستقبلية وكلما تعلقت الأمة بهذه الأقوال والأمثال كان تأثيرها شديداً"<sup>1</sup>.

**4-الدين(العقيدة الدينية):** تلعب الأديان السماوية والعقائد الأخرى دورًا لا يستهان به في تكوين الرأي العام باعتبارها من القيم الروحية الثابتة والأصيلة التي تؤثر في اتجاهات الجماهير وأفعالهم، وقد عنيت الشريعة الإسلامية بالإنسان و اهتمت بكرامته، و رسخت مبادئ حرية العقيدة و الفكر والرأي، و لم تميز بين إنسان و آخر بحسب الدين أو الأصل أو اللون أو النوع أو الجنس، و كفلت حقوق البشرية جمعاء، و أتت بقواعد كليّة و ثابتة تصلح لكل زمان و مكان. و لا يخفى أثر الدين في مجال تكوين الرأي العام، وتحديد اتجاهاته تجاه الموضوعات التي تثار، وانطلاقًا من ذلك تأتي أهمية التمسك بالعقيدة و حمايتها من التناقضات و المزايدات و التطرف بها ... لأن الثابت أن العقيدة إذا غابت أو وهنت سهل الإيحاء، وعمّت الشوشرة و الثثرة، وتفشت الحرب النفسية، و ألوان الدعاية المدمرة، لذا فإنه من الأمور المهمة أن نعمل على ترسيخ عقيدتنا في عقول و نفوس الجماهير – خاصة الأطفال والشباب – فإنه لا يفل العقيدة إلا العقيدة، لذا فإن التمسك بها تمسكا واضحا وصادقا بات من الأمور بالغة الأهمية، ولذا كانت الأفعال

<sup>1</sup>-السيد محمد الحسيني:الرأي العام والإعلام ، دارالعلوم ، بيروت ، 2006 ، ط 1 ، ص ص 170-171.

هي الاختيار الحقيقي لمدى صدق العقيدة، والضمان الأساسي لالتفات الجماهير حولها"<sup>1</sup>

5- نمط الثقافة: بحيث-هي ذلك الكل المركب من العادات و التقاليد و النحل و العمران أي الجوانب المادية و اللا مادية التي تعكس أساليب الحياة المختلفة لدى البشرية و الحضارات ، أي من منظور أنثروبولوجي أو علم الأناسة ، ونقصد هنا الثقافة المجتمعية و ليست الثقافة الفردية فلربما يخرج علينا مثقف و موسوعي يعارض و ينتقد تلك الثقافة المجتمعية و لا طالما تعارضت تلك الثقافات مع نخبها المثقفة و المتعلمة و كانت مصدرا لنقد و إختلاف للرأي العام .

<sup>1</sup>-مجي الدين عبد الحلیم ، نفس المرجع السابق، ص 79.

## 6- نمط الحكم و النمط السياسي القائم(دكتاتوري- ديمقراطي): يوضح الجدول رقم

(1) : الرأي العام بين الأنظمة الديمقراطية و غير الديمقراطية<sup>1</sup>.

الرأي العام في الدول المتقدمة	الرأي العام في الدول النامية
الرأي العام مستنير/ يستند إلى المعلومات و التحليل و الإقناع	الرأي العام غير ناضج لعدة عوامل : الجهل ، الفقر ، نقص المعلومات ، الإفتقار للحرية.
التغير و الديناميكية الرأي العام	الرأي العام ثابت نسبيا و ممكن يتصف بالجمود
الرأي العام متسامح	الرأي العام متعصب دغوجماتي غير متسامح .
الرأي العام مخطط له	الرأي العام في غالبه ينمو بدون تخطيط.
الرأي العام ديمقراطي ينضج مع الحوار و المناقشة	الرأي العام يوجه توجيهها سلطويا ولا يتاح للناس.
يتم تشكيله من خلال المؤسسات و الأحزاب و وسائل الإعلام و جماعات الضغط المختلفة	يتم تكوينه في الغالب من خلال شبكة من العلاقات الاجتماعية مع تأثير واضح للدين عليه.
الرأي العام حرنسبيا	الرأي العام غير حرنسبيا

-بحيث "تستبد السلطة بالرأي العام و تحرم مواطنيها حق مناقشة القضايا المصيرية و المشاركة في الحكم ، و تعامل الجمهور بالقسوة و الإرهاب ، فإن الرأي العام يتسم عادة بالسلبية و يسود الخوف العام أو السخط العام، و تنعدم الثقة بين الشعب و الحكومة ، وهكذا يكون الرأي العام في هذه الحالة رأيا كامنا ، و في المقابل فإن سماح النظام السياسي بتعدد الأحزاب و تعدد النقابات و تعدد التنظيمات الشعبية و إعطائها جميعا حرية التعبير

<sup>1</sup> - صالح خليل أبوإصبع، الإتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، عمان ، ط 5 ، 2004.ص 297.

عن الرأي العام دون تمييز بين فئات المجتمع و طوائفه يجعل الرأي العام أكثر فاعلية إيجابية من خلال مشاركته في السياسة العامة، حيث تشجع هذه الظروف على مناقشة القضايا المختلفة بين الجماهير بدرجات واسعة من الحرية و يلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام و توجيهه في كافة ميادين الحياة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية<sup>1</sup> ، وهذا تماما ما حدث بتاريخ 05 أكتوبر 1988 لجزائر الشاذلي بن جديد أين تحولت من الحزب الواحد إلى التعدد و ظهور النقابات و إشراك المجتمع المدني و الانفتاح السياسي.

**7- وسائل الإعلام و الإتصال :** الرأي العام مرآة يتضح بها إتجاه الجماهير و هو يتأثر بالدعاية التي تلونه حسب نشاط و أغراض أصحاب الدعاية ، و الدعاية لها أدواتها المختلفة التي تدخل في إطار الإعلام و تستعمل في أغراض متباينة أيضا ، وهناك الخطابة و التمثيل و السينما و الاذاعة و النشر و ما يشبه هذا من وسائل تستخدم لتأثير في الرأي العام و الجماهير.

كما ان الدعاية تستخدم في الميادين المختلفة في الصناعة و التجارة و الانتخابات و سائر ميادين الساسة و لصالح الحكومة و كذلك لصالح المعارضة، و الدعاية ليست بنت اليوم فالتاريخ حافل بالأمثلة.<sup>2</sup>

-وفي هذا الشأن يقول نعوم تشومسكي "الدعاية لدى الديمقراطية كالهراوة لدى الفاشية أي أن فن الدعاية الإعلامية هو كالاستبداد و إرغام الناس على رأي السلطة الحاكمة بالقوة"<sup>3</sup>. وفي كتابه هيمنة الاعلام، "الدعاية الحكومية التي أطلقها الرئيس الأمريكي (وودرو

<sup>1</sup> - عسيلة صبيحي، ا نفس المرجع السابق، ص ص 37-38.

<sup>2</sup> - أحمد سويلم العمري، الرأي العام و الدعاية، الدار القومية لطباعة و النشر، مصر، ب س ، ص32.

<sup>3</sup> - عبد الرزاق الدليبي، الدعاية والشائعات والرأي العام: رؤية معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019، ص08.

ويلسون) الذي انخب عام 1916، و التي كانت تحت شعر السلام بدون إنتصار، وقد كان يهدف من هذه الحملة إلى تحويل الشعب الأمريكي الذي كان نازعالي الهدوء وعدم التورط في الحرب العالمية الأولى إلى شعب هستيري يروج للحرب و يتاجر بها<sup>1</sup>.

**8-مؤسسات التنشئة الإجتماعية:** (الاسرة، دور الحضانة،الروضه، المدرسة،الزوايا

،الجمعيات،الكشافة، المعاهد، المراكز التكوينية، الجامعات)، حيث يرى عالم الاجتماع

**فليب جونز** من خلال نظرية الإتفاق البنائي " إعتبار السلوك البشري على أنه سلوك

مكتسب (ملقن)، وهذا المدخل معروف بنظرية الاتفاق التركيبي و العملية الاساسية التي

تؤكد عليها تلك النظرية تسمى **التنشئة الاجتماعية socialisation**، وهذا المصطلح يشير

إلى الطريقة التي يتعلم بها البشر أنواع السلوك المتوقع منهم في المواقف الاجتماعية التي

يجدوا أنفسهم فيها من خلال وجهة النظر هذه تختلف المجتمعات لأنواع السلوك التي تعتبر

مناسبة في هذه المجتمعات تختلف، فالناس في مجتمعات أخرى يفكرون و يتعرفون بشكل

مختلف لانهم تعلمو قواعد مختلفة عن كفيات التصرف و التفكير، و نفس الشيء يحدث

مع مجموعات مختلفة في نفس المجتمع، و تختلف التصرفات و أفكار المجموعة الواحدة

عن تصرفات و أفكار المجموعة الأخرى لأن أعضائها تم تهيئتهم إجتماعيا وفق قواعد

مختلفة"<sup>2</sup>.

**أ- الأسرة:** "يبدأ تأثير الأسرة على الفرد منذ طفولته و يمتد التأثير ليشمل بقية حياة

الفرد من خلال مجموعة القيم التي نشأ عليها في طفولته ، و تؤثر القيم التي تربى عليها

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليبي، الدعاية والشائعات والرأي العام: رؤية معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019، ص.09.

<sup>2</sup> - فليب جونز، النظريات الاجتماعية و الممارسة البحثية، تر:محمد ياسر خواجه، العربية للنشر و التوزيع ، مصر، 2010، ط1، ص 46.

الافراد في تشكيل إتجاهاتهم و آرائهم تجاه الموضوعات و القضايا المختلفة ، ف الشخص الذي ينشأ في أسرة محافظة تحافظ على التقاليد و الأعراف الاجتماعية و المعتقدات الدينية سوف تتشكل آراؤه و توجهاته بشكل يختلف جذريا عن ذلك الشخص الذي نشأ في أسرة ليبرالية منفتحة"<sup>1</sup> .

ب-مختلف المؤسسات التعليمية: وهنا نتكلم عن جانبين من الآراء فكلما تدرج و إرتقى الفرد عبر المؤسسات التعليمية ، كلما كانت آرائه أكثر نضجا و عمقا، و كلما تنوعت و تعددت(بين مدارس التعربية ، الزوايا،منظمات المجتمع المدني، الجمعيات الخيرية و الحقوقية، النقابات) كلما كانت آرائه أكثر واقعية و شمولية.

9-طبيعة القضية و نوعها: ليست كل القضايا تستقطب و تجذب الرأي العام، كما أنه ليس لها نفس الوقع و التأثير لدى الجماهير أو الفئات الإجتماعية، يمكن الرجوع إلى تصنيفات الرأي العام العالمي، الوطني، الاقليمي ، المحلي، الخاص، أين يتوهج الرأي العام " كلما كانت القضية تمس أمورا حياتية تتعلق بالأمور اليومية مثل قضايا الدعم و الأسعار و الأجور مثلا، بينما يقل هذا الإستعداد إذا تعلق الأمر بقضايا تتعلق بالأمور السياسية الخارجية"<sup>2</sup>، حتي داخل هذا الصنف من القضايا يختلف وقعها و تأثيرها على الجماهير فمثلا رفع سعر المنقا و الموز لا تثير الرأي العام كرفع سعر الحليب و الخبز بإعتبارهما مادتان أساسيتان في الحياة العامة.

<sup>1</sup> عسيلة صبيحي نفس المرجع السابق ، ص 40.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 42.

-سابعاً:الرأي العام و المجتمع المدني: هناك علاقة عميقة ووطيدة بين الرأي العام و

المجتمع المدني كوسيط بين طرفين (حاكم و المحكوم) وهذا ما سوف نوضح فيما سيأتي، و حديث عن نشأة المجتمع المدني و ظهوره و تطوره في الفكر الغربي يفترض تحليل مجموعة هائلة من النصوص التي كتبها هوبز، وجون لوك، وروسو، و كانط، و هيغل، وماركس، وإنجلز، ولينين، وجرامشي، إضافة إلى ما كتبه أوغستن، وسان سيمون، وماكس فيبر، و آدم سميث، وروزا لوكسمبورج.

- وأهم ما تمخض عن تلك الحقبة الزمنية ظهور نظرية "العقد الاجتماعي" التي لا يزال هناك نوع من الإجماع على أنها أساس نشوء المجتمع المدني، ومن أبرز من أرسى مبادئ هذه النظرية فلاسفة أمثال توماس هوبز 1689 - 1588 م، وجون لوك 1632-1704 م، وجان جاك روسو 1712م-1778 م، والفكرة الرئيسية التي كانت تدور حولها هذه النظرية هي كيفية انتقال المجتمعات من "حالة طبيعية" إلى "المجتمع السياسي أو المجتمع المدني". ونجد أن المفهوم في تلك المرحلة الزمنية است خد م لدحض نظرية" الحق الإلهي للملوك" في محاولة لعزل النظام السياسي عن فكرة" الحق الإلهي المقدس"، التي أعطت للملوك حكماً مطلقاً مستمداً من الحق الإلهي، وبذلك جاء منسجماً مع حاجات مرحلة تخص تطور المجتمعات الأوروبية في ذلك الوقت .

- إلى أن "شهد العالم في الآونة الأخيرة تحولا بارزاً نحو أدوار شركاء التنمية في المجتمعات، فلم تعد الحكومات هي المسؤولة الوحيدة عن التنمية، بل برزت أيضاً منظمات المجتمع المدني، فما بين القطاع الحكومي المسؤول من خلال ولايته العامة، والقطاع الخاص القائم على الربح والكسب الشخصي، هناك قطاع ثالث تمثله منظمات المجتمع المدني، التي أدت

دوراً مهماً في مختلف المجالات السياسية، والاقتصادية، والصحية، والتنمية، والثقافية، والاجتماعية، وهي ذو نفع عام في مجال الرعاية والإغاثة الإنسانية والبيئية، وحقوق الإنسان، والمرأة، والطفل، والعنف، والفقر والعمل الخيري"<sup>1</sup>.

- فالدور المحتمل والرئيسي للمجتمع المدني حسب " الخطاب السياسي الذي طرحته الأمم المتحدة يؤكد على أن دور المجتمع المدني هو تحسين نوعية حياة الفئات المهمشة والإسهام في التحول الديمقراطي"<sup>2</sup>.

- وهذا يكون " مفهوم المجتمع المدني كان موجودا تاريخيا بشكل جنيني منذ أرسطو، وكان يعني مجموع المواطنين الذين يرتبطون برباط المواطنة ، أما اليوم فإن المفهوم المعاصر للمجتمع المدني هو مجموعة القيم المشتركة، وهو الذي يشكل الرأس المال الاجتماعي"<sup>3</sup>.

- ومن شروط المجتمع المدني أنه يتألف من كل الافراد والمنظمات الذين يبذلون جهودهم بدون هدف ربحي، ويناضلون من أجل إحترام القيم العالمية و حقوق الإنسان و الديمقراطية والقانون الدولي، ويعملون بالإعتماد على الوسائل السلمية و بإستغلال عن المصالح التجارية و السلطة العمومية و الاحزاب السياسية و البرامج الدينية ، و يسعون لتهيئة الرأي العام وتعميق الوعي الجماعي بالقضايا العامة و التضامن الاجتماعي، و المساواة بين الذكور و الإناث و التعددية الثقافية و سبل تحسين نوعية الحياة و نظافة المحيط و حماية الطبيعة و مشاركة المواطنين في الحياة السياسية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-خلف الحماد ،وسائل الاعلام و منظمات المجتمع المدني،اليازوري، الاردن، 2020،،ص109.

<sup>2</sup>-- مصطفى المصمودي،المجتمع المدني العربي في زمن الثورة الرقمية، دار البستان لنشر، تونس، 2005،ص18.

<sup>3</sup>- نفس المرجع السابق ،ص16.

<sup>4</sup>- نفس المرجع السابق ص16.

- و يساهم الاعلام الجديد بشكل كبير في نشاط المجتمع المدني ، " وتعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال الحديثة، وبإمكان منظمات المجتمع المدني الاستفادة منها بشكل كبير. وقد بدأت هذه المنظمات تولي أهمية كبيرة لاستخدام هذه الوسائل بصفتها أدوات اتصال فعالة مع أفراد المجتمع الذين يستخدمون هذه الوسائل بشكل كبير، بل تجاوزت وسائل الإعلام التقليدية التي لم تعد قادرة على تلبية رغبات الجمهور وتطلعاته، إضافة إلى أن الأخيرة لا تعطي منظمات المجتمع المدني الفرص الكافية والمتساوية للاتصال مع جمهورها<sup>1</sup>."

"إن منظمات المجتمع المدني هي العنوان البارز والحتمي لروح الدولة الحديثة، التي عليها أن تدعم مسيرة الاتجاهات المدنية الحديثة وتعززها، إذ إنها تتمتع بمجموعة من السمات، ومن أهمها ما يأتي:

أ- **التطوع**: فمنظمات المجتمع المدني باختلاف أنواعها وأهدافها، تتأسس بناء على الرغبة المشتركة لأعضائها، انطلاقاً من إرادتهم الحرة، أو الطوعية، وتمارس نشاطاتها التي تستجيب للأهداف التي سطرته لنفسها، فالعاملون فيها لا يتقاضون أي أجور، وهم على وعي بما يقتضيه ذلك من تطوع، وتضامن، وتعاضد، وتعاون من أجل الصالح العام، ثم الإحساس بلذة تحقيق النتائج، التي تعود بالنفع على المجتمع بشكل عام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - خلف الحماد ، وسائل الاعلام و منظمات المجتمع المدني، اليازوري، الاردن، 2020، ص33.

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص113.

ب-الاستقلالية: فمؤسسات المجتمع المدني هيئات مستقلة وهي ليست جزءاً من الجهاز الحكومي، بل منظومة ذاتية التأسيس والاشتغال، وأن طبيعة العلاقة بين الحكومة وهذه المنظمات مبنية على الشراكة والتعاون.

ج-المؤسسية: حيث تمتلك أغلب مؤسسات المجتمع المدني لوائح ونظماً خاصة لإدارة شؤونها فهناك قواعد للتعيين والفصل ونظام للترقيات واختيار القيادات، غير أن ما يميز تلك المنظمات هو استقلالية تلك النظم، فلا تدار مؤسسات المجتمع المدني من كيانات خارجية.

د- غير ربحية: أي لا تستهدف تحقيق الربح، وهو ما يميزها عن مؤسسات القطاع الخاص الهادفة إلى الربح.

ه-خدمة الصالح العام: إن أعمال مؤسسات المجتمع المدني ومبادراتها لا بد أن تصب في خدمة الصالح العام، بتقديم خدمات لفائدة المجتمع، أو بعض الفئات المستهدفة منه.

و-موقع المنظمة على شبكة التخطيط، وقدرتها على اتخاذ القرار في المجتمع المدني.

ز-مرونة تغيير أهداف مؤسسات المجتمع المدني، بحيث تستوعب دائماً وبدرجة عالية من السرعة أي تغييرات قد تطرأ على المجتمع.

ح-تكوين التحالفات المحلية بين مؤسسات المجتمع المدني النوعية، بما يعزز ثقلها في صنع القرارات المتعلقة بسياسات الرعاية الاجتماعية.

ك-عدم السعي للوصول إلى السلطة: فعلى الرغم من كون أنشطة مؤسسات المجتمع المدني وأهدافها التي لا تبتعد عن مجالات الشأن العام، وأن بعض الجمعيات تشكل أحياناً قوة

ضاغطة على السلطات العمومية، وتقوم بانتقاد العمل الحكومي، إلا أنها لا تسعى من خلال ذلك للوصول إلى السلطة"<sup>1</sup>.

10-عدم اللجوء إلى العنف: إذا كان من حق منظمات المجتمع المدني أن تقوم بالاحتجاج على السياسة التي تتبعها السلطات العمومية في مجال ما، أو في مواجهة إحدى الظواهر السلبية في المجتمع، أو ممارسة الضغوط لتحقيق فوائد للمجتمع، ومكتسبات للشرائح الاجتماعية التي تدافع عن مصالحها، فإنها لا يمكن أن تستعمل في ذلك إلا الوسائل السلمية المتحضرة، والمتمثلة في رفع المطالب، وإبداء الملاحظات، والحوار مع الجهات المعنية، واستعمال وسائل الإعلام والاتصال لتوضيح مواقفها، ويمكنها أن تلجأ إلى التظاهر السلمي إذا اقتضى الأمر، ولا يمكنها مطلقاً اللجوء إلى العنف، لأن المجتمع المدني من المفروض أن يساهم في تهذيب السلوك العام، وليس في ترهيب المجتمع، ويعبئ الطاقات لخدمة الصالح العام، ولا يهيج الناس من أجل التخريب"<sup>2</sup>.

-وتتألف العناصر الرئيسية لمفهوم المجتمع المدني من المكونات التالية:

-الفعل الارادي أو التطوعي: تختلف منظمات المجتمع المدني عن الجماعات القريبة مثل الأسرة أو العشيرة أو القبيلة التي لا دخل للفرد في إختيار عضويتها ، و التي تكون مفروضة عليه بحكم الميلاد والإرث.

-التنظيم: المجتمع المدني منظم وهو بذلك مختلف عن المجتمع بشكل عام إذ أنه يجمع و يخلق نسقا من المنظمات أو المؤسسات التي تعمل بصورة منهجية و بالإذعان لمعايير

<sup>1</sup>- نفس المرجع ،ص ص 114،113.

<sup>2</sup>- نفس المرجع ،ص115.

منطقية و يقبل الأفراد و الجماعات عضويتها بمحض إرادتهم و لكن بشروط و قواعد يتم التراضي بشأنها و قبولها.

-العنصر الاخلاقي و السلوكي: وهو عنصر ينطوي على قبول الاختلاف و التنوع بين الذات و الآخرين وعلى حق الآخرين في ان يكونوا منظمات مدنية تحقق و تحمي و تدافع عن مصالحهم المادية و المعنوية و مصالح الفئات و القضايا التي يؤمنون بها، و الإلتزام بإدارة الخلاف داخل و بين منظمات المجتمع المدني و بينها وبين الدولة بالوسائل السلمية وفي ضوء قيم الإحترام و التسامح و التنافس و الصراع السلمي.

-الإستقلالية: وهي عنصر أساسي لتمكين منظمات المجتمع المدني من القيام بدورها و تحقيق أهدافها ، و تتطلب إستقلالية منظمات المجتمع المدني تنظيميا و إداريا و ماليا عن إدارات الدولة الرسمية ، و هذا ما يميزها عن إدارات الحكومة و المؤسسات العامة ، وفي كل الأحوال يجب أن تكون إستقلالية منظمات المجتمع المدني بأبعادها المختلفة حقيقة واقعية و ليست مجرد إستقلالية شكلية فقط من حيث الأطر التنظيمية و الهيكلية و الأنظمة الداخلية لتلك المنظمات ، بل يجب أن تكون هذه الإستقلالية ممارسة على أرض الواقع.

- الشفافية: يجب أن تكون رؤية ورسالة و أهداف منظمات المجتمع المدني و مصادرها تمويلها واضحة و مشروعة، كما يجب أن تكون هناك آلية واضحة لمساءلة و محاسبة الهيئات القيادية لتلك المنظمات من قبل هيئاتها العامة.

-المصداقية: وهي تأتي من ثقة الجمهور بالدور الذي تقوم به منظمات المجتمع المدني ، وهي التي تبني وتعزز شرعية تلك المنظمات وهو ما يعرف بشرعية الأداء والإنجاز"<sup>1</sup>.

-مكونات المجتمع المدني: يختلف المهتمين بدراسة المجتمع المدني بين المكونات المتفق عليها و أخرى غير متفق عليها.

-أ-المكونات المتفق عليها وهي: - المنظمات غير الحكومية، النقابات و التنظيمات المهنية، الإتحادات العمالية، النوادي و مراكز الشباب المنظمات الشعبية ، الحركات الإجتماعية،

-ب) المكونات غير المتفق عليها وهي : الأحزاب السياسية ، الصحافة الحرة المستقلة.

وتعتبر منظمات المجتمع المدني من أهم آليات حشد و تعبئة الرأي العام داخل المجتمع ، و أحد أهم حاضنات تدريب أفراد المجتمع على المشاركة العامة في مختلف المجالات و بيئة محرضة لظهور الكفاءات و المواهب القيادية للأفراد و التي تؤهلهم للحاق بأهم الوظائف الاجتماعية و السياسية و الإدارية للدولة على السواء.

-لنستنتج في الاخير بأنه هناك علاقة وطيدة و قوية بين الرأي العام و منظمات المجتمع المدني من حيث النضج و التأثير و الفاعلية "حتي في المجتمعات غير الديمقراطية ، لانه إذا ما كانت التشريعات معبرة عن الرغبات و الأفكار و الإحتياجات السائدة في الرأي العام، وما دامت منظمات المجتمع المدني هي تلك الجهات التي يسعى الأفراد إلى عضويتها طوعا للتعبير عن آمالهم و طموحاتهم العامة أو لترجمة مصالحهم الخاصة، فإن منظمات المجتمع المدني

<sup>1</sup> - بطرس حلاق : الرأي العام و طرق قياسه، منشورات الجامعة الإفتراضية السورية ، سوريا ، 2020، ص79.

تمثل الإطار المناسب لتلاقح أفكار منتسبها تحقيقا لأكبر قدر من الإتساق المطلوب للمنظومة الاجتماعية السائدة"<sup>1</sup>.

### -ثامنا: وسائل الاتصال التقليدية والحديثة المساعدة على تكوين الرأي العام:

جميع الوسائل الإتصالية التقليدية منها و الحديثة و عبر الزمان و المكان اشتغلت بالرأي العام وفيما يلي سوف نتكلم كل وسيلة عن حدي.

**أ-الخطاب و البلاغة اللغوية :** تميزت تلك الحقبة الزمنية بالفصاحة و البلاغة و العمق و الدقة في الطرح و "العرب في جاهليتهم كان الشعر وسيلتهم في نقل معلومة من المعلومات ، أو إبراز خبر من الأخبار ، أو وصف حالة من الأحوال ، و قد بلغ من إعزاز العرب بالشعر لهذا الأمر أن علقوا القصائد في جوف الكعبة إبرازا لقيمتها الأدبية ، و إعظاما لما تحمله من أخبار يريدون نقلها إلى الأجيال القادمة ولقد كانت هناك أسواق عند العرب يجتمع فيها أهل الحل و العقد و أصحاب الرأي يستمعون للشعراء ، و كل منهم يتبارى في إبراز فضائل قومه ، و الإنتقاص من القبيلة المعادية لقبيلته ، و لأنهم كانوا يعدديون الخصال الحميدة أو الذميمة ، وكان الناس يتناقلون الشعر و يرددونه في محافلهم فتتطاير الأخبار و ينتشر الأمر الذي أرادته الشاعر"<sup>2</sup> ، الأمثلة هنا كثيرة جدا حيث كان تستمل الأبيات الشعرية لحفظ الفقه الإسلامي أو الأحكام الشرعية كما كانت تستمل في الحروب إن تقلبوا نعانق و تدبرو نفارق..... إلخ ، كما كانت تستعمل للمدح أو الإستنجاد و الإستنفار مثل ما فعل عمرو بن

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص80.

<sup>2</sup> -منصور الرفاعي عبيد، المنبر وأثره في إتجاهات الرأي العام، دار الجليل ، بيروت، ط1993، 1، ص ص :53-54.

سالم الخزاعي للإستنجاد بالنبي صلى الله عليه وسلم ياربي إني ناشدا محمدا حلف أبينا و أبيه الأتلدا .....إلخ فنصره النبي صلى الله عليه وسلم كما هو معروف في السيرة.

**ب-الصحف و الرأي العام(الصحافة المكتوبة):** بالرغم من أن تصنيف الصحافة المكتوبة ضمن الوسائل الساخنة التي تتطلب من المستقبل ان يكون ذو مستوى علمي و فكري لأبأس به اين يقل بدرجة كبير جمهورها مقارنة بالوسائل الأخرى إلا أنها، تحتل المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير في الرأي العام ، و يرجع ذلك لعدة أسباب أبرزها أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية و الإجتماعية و مناقشتها بإسهاب و عرض وجهات النظر المختلفة و خلفيات الإنباء و يميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الإجتماعية التي تستعملها و هي:

**-الصحافة المتخصصة:** و هي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة و يطالع هذه الصحافة الصفوة و القادة و المثقفون ثقافة عالية ، و هؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة و تحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع و فئاته.

**-الصحافة المتميزة:** و هي الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق و العقل في معالجتها للموضوعات المختلفة ، و تشتمل مضامينها على أهم الأنباء ، و على تقديم خلفيات إضافية لها، كما تعرض لوجهات النظر المختلفة ، و تقوم بالتحقيقات و المتابعات و تجري المقابلات مع المسؤولين من الصفوة (النخبة) الذين يحددون القضايا و الموضوعات

، و تقدم تحليلات و تعليقات تتصف بالمعرفة و الذكاء، و يقرأ هذه الصحف أفراد الصفوة و المثقفون و المطلعون و عدد من أفراد الجمهور العام<sup>1</sup>.

- ويمكن تصنيفها حسب مدى و درجة تأثيرها في الرأي العام غلي ثلاثة أقسام على النحو الآتي.

- قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام : كالإفتتاحية و الكاريكاتير و الأعمدة و بريد القراء و المقالات الإجماعية و السياسية و الإقتصادية و النقد الأدبي و الفني ، و الإعلانات حيث يتسم هذا القسم من مواد الجريدة بالتحيز المعتمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام -قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام: فبرغم أن الطوائف و القصص القصيرة و الهزليات و المواد المثيرة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية و الثقافية للجمهور و خاصة الشباب و صغار السن مما لا بد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي العام و إتجاهاته عاجلا أو آجلا.

-قسم ليس له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام: و من المواد الصحفية التي تندرج تحت هذا القسم صفحة الوفيات و النشرة الجوبة...إلخ<sup>2</sup>.

ج-الراديو (الإذاعة): إن ما يميز الراديو عن باقي الوسائل الاعلامية من خصائص يجعله "يلعب دورا في الإستجابة التي يقوم بها الناس للفنون الجماهيرية حيث يفسرون و يدركون مضمونها بما يتناسب و دوافعهم اللاشعورية و توقعاتهم و رغباته، و ينطبق هذا على الراديو أكثر من أي وسيلة أخرى ، فالراديو نشط الخيال، و قضى على عزلة الناس...و يمكن تلخيص أثر الراديو في الرأي العام على النحو التالي:

<sup>1</sup>-عاطف عدلي العبد، الرأي العام و طرق قياسه، نفس المرجع ، ص ص 99-100.

<sup>2</sup>-نفس المرجع ، ص ص، 100-101.

-تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير و الشعور و الهدف و القيم اللازمة لتماسك  
الامة و سلامة الدولة.

-حفز الناس على إختلاف ميولهم و إتجاهاتهم و مشاغلهم على الاهتمام بالمسائل العامة و  
مناقشتها و متابعتها و الإسهام فيها.

-التخفيف من حدة العصبية الإقليمية و الإقلال من شأنها.

-دحض الشائعات الضارة في الحال ، و خاصة في أوقات الحروب و الطوارئ و الحيلولة دون  
تفشي البلبلة الفكرية.

- القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة و تدعيم القيم التي تخدم التطور و تعرية  
القيم التي تعوقه، و تطوير أنماط السلوك الاجتماعي بما يتناسب مع ظروف الحياة  
الجديدة"<sup>1</sup>.

-د- السينما: "ننتقل الى الكلمة المسموعة المقترنة بالصورة كما تتمثل في السينما ، و  
التلفزيون على ضيق مجاله نسبيا مقارنة بالإذاعة يلعب في العصر الحديث دورا بالغ  
التأثير في النطاقات المحلية و القومية خاصة لقدرته على إستهواء الناس، و هو لا شك  
من أهم أو اهم وسيلة إتصال جماهيرية تستخدم على أوسع نطاق في مجالات الإعلام و  
التعليم و التسلية ، و هذه المجالات جميعا ترتبط إرتباطا وثيقا بعمليات صياغة الرأي  
العام"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - نفس المرجع ص 90.

<sup>2</sup> - إسماعيل علي سعد، الاتصال و الرأي العام، بحث في القوة و إيديولوجية، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 1989، ص79.

-هـ- التلفزيون: " يعد التلفزيون من اهم الوسائل تأثيرا لأنه يقدم المشهد كاملا أمام المتلقين من دون الحاجة إلى إرتباطات معينة كما يحدث في السينما والمسرح ، في هذا الصدد قال أحد مشرفي التلفزيون البريطاني أن من تكرر الحديث أن نذكر أن التلفزيون قد أصبح المعلم العظيم للشعب ، فغن ما يقوم به الآن أكثر عمقا و أبعد مما كانت تقوم به الصحافة"<sup>1</sup>. فمن خصائص التلفزيون أنه يجذب حاستي السمع والنظر في أن واحد على خلاف باقي الوسائل، كما أنه عابر للقارات و الحدود الجغرافية لذا يخشى منه كثيرا في إثارة و تأجيج و تهيج الجماهير ضد حكامها، ثم "إن معظم الناس تقبلوا برامج التلفزيون بشوق زائد من زاوية التسلية لدرجة أنهم كيفوا نظام حياتهم اليومي ليتوافق مع مواعيد التلفزيون فإن كثير أيضا أدركوا فائدته في رفع مستواهم الثقافي وإرشادهم"<sup>2</sup>، خاصة من خلال تأطير فضاءات البرامج الحوارية وإعداد النشرات الإخبارية لمشاهديها.

-و لأجل أن نفهم بشكل واضح العلاقة الوطيدة بين التلفزيون و بين الرأي العام لابد من معرفة أجندة التلفزيون في تشكيل الرأي العام، و تأتي النشرات الإخبارية، و برامج الحوار، و البرامج السياسية و الإخبارية الأخرى في مقدمة الأجندة التي تمكن الإدارات من تحريك الجمهور عن طريق تزويده بالمعلومات و تفسير الأحداث بشكل يدي به إلى بناء تصوراته حول الاحداث و الموضوعات في المجتمع ، و تتجلى النشرات الإخبارية في مقدمة البرامج التي تزود الجمهور بجزء مهم من المعلومات<sup>3</sup>."

<sup>1</sup>-غالب كاظم الدعيبي:صناعة الرأي العام من الطباعة الى الانترنت، تقاليد موروثة و سلطة مطلقة، دارالمجد، الاردن ،

2019، ط1، ص 62.

<sup>2</sup>-عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه نفس المرجع ، ص 92.

<sup>3</sup>غالب كاظم الدعيبي: نفس المرجع ، ص 62.

- "و تؤدي النشرات الإخبارية دورا مهما في الحياة اليومية للأفراد بعرضها واقعا مجسما للبيئة المحيطة و تقديم واقع معقد، وتجهد بفسيره بما يتواءم مع أديولوجية القائمين بالإتصال لغرض تحريك الجمهور و نوجيه بالوجهة التي تتفق فيه مع محتوى ما تعرضه شاشة التلفزيون، و قدم الباحث البريطاني، **critcher hall**، ثلاثة إفتراضات تفسر العلاقة المفترضة بين الجمهور و التلفزيون ، الأول يرجح هيمنة للمشاهدين عاى ما يعرض في التلفزيون حينما يتوافق مضمون النشرات مع تفسير المتلقين و إيديولوجيتهم...فيما يطفو (الموقف التفاوضي) في الافتراض الثاني بين مضمون النشرة التلفزيونية و الجمهور، فإنه يقبل من النشرة الإخبارية ما يتواءم مع أفضلياته و يدرك مصداقيتها إلا أنه يقر في الوقت نفسه بوجود تناقضات و إختلافات أخرى بين أفضلياته من محتوى النشرة و بين المحتوى الكامل لها الذي يحوي تفسيرات أخرى للحدث أو القضية بما يناقض أفضلياته، في حين يفصح الإفتراض الثالث عن معارضة الجمهور لمحتوى النشرة في أثناء متابعته تفاصيلها لتعارض مضمونها مع نا يعتقد به المتلقي عقائديا أو فكريا<sup>1</sup>."

- و وصف سيافر ستون **silver stone**، الأخبار التلفزيونية بأنها تظهر (التعبير الجدلي) بين القلق و الإطمئنان<sup>2</sup>.

- " و ينتهي الإدراك السليم لماهية الخبر و مضمونه إلى الحكم الصائب على الأشياء ، و بناء تصور دقيق وواضح للواقع الاجتماعي و السياسي الذي يحيط به ، فضلا عن أن النشرات التلفزيونية تتساعد على تقديم تعريف جديد للواقع ، و فك رموز الأشياء الغامضة عن

<sup>1</sup>- نفس المرجع ، ص ص63-64.

<sup>2</sup>- نفس المرجع ، ص64.

طريق عرض المعلومات و البيانات التي تخص القضايا النقاشية ، و يظهر على طاولة النقاش عدد من الأهداف التي تسعى نشرات الأخبار إلى تحقيقها وهي كما يأتي

أ- إمداد الجمهور بالأخبار و البيانات و المعلومات لتكوين أفق معرفي بالأشياء و الأمور الإجتماعية و السياسية تخلص إلى تمكين الأفراد من إتخاذ الحكم الصائب إزاء القضايا المطروحة لنقاش.

ب- تؤدي النشرات الإخبارية إلى إيجاد بيئة تحقق المساواة بين الجماهير العريضة ، ة ذلك بتوفيرها فرصة عادلة للمشاهدين للحصول على المعلومات المرتبطة بالشؤون المحلية و الإقليمية و الدولية، فضلا عن أخبار الكوارث و الأخطار و التهديدات الطبيعية الأخرى.

ج- التأثير في إتجاهات المتلقين ، وذلك بتعزيز آرائهم أو تغييرها أو خلق رأي جديد عن طريق بث معلومات جديدة يمكن لها أن تخلص في النهاية إلى تأثير في متبنياتهم لاسيما في أوقات الإنتخابات ، و يمكن أن تنتهي بالجمهور إلى العزوف عن مرشح و التوجه إلى آخر، كما تتوضح الصورة في بناء تصور عن الشخصيات الإجتماعية و السياسية ، سواءا أكان إيجابيا أو سلبيا.

د- أسهمت قدرة التلفزيون في ظل التكنولوجيا الحديثة في الوصول إلى معاناة الجمهور المحلي ، و خلق جوّ من الألفة بين شاشة التلفزيون و بين المتلقي ، مما ينعكس على آراء المتلقين

ه- خلق علاقة تبادلية بين الجمهور و السلطة عن طريق عرض وجهي النظر إزاء القضايا و الموضوعات ذات الإهتمام المشترك ، و إيجاد جوّ من النقاش و الجدل و الوصول إلى تشكيل رأي يكون محط إتفاق الأغلبية في المجتمع ، فضلا عن توفير الأدلة و البراهين التي

تدعم تشكيل رأي عام إزاء قضية معينة بعرضها نقاط الإتفاق و الإختلاف ، و تترك للجمهور يتبنى الرأي الذي ينسجم مع توجهاته"<sup>1</sup>.

-أهمية البرامج الحوارية في صناعة الرأي العام: تعد البرامج الحوارية التلفزيونية على تباين

أنواعها (حوار المعلومات ، حوار الرأي ، حوار الشخصية، الندوات ، المناظرات) من البرامج

المهمة التي تبني على أساس الجدل و النقاش ، و تساعد على صياغة آراء جديدة

للمشاهدين عن طريق إستضافة خبراء و مختصين يتميزون بالقدرة على تفسير الأحداث

و الوقائع موضع إهتمام الجماهير ،...و تتميز البرامج الحوارية بقدرتها على خلق فضاء

عقلاني من الحوار بتقديم الآراء علنيا أمام الجمهور عبر شاشة التلفزيون ، و يركز الحوار

في الغالب على إستضافة شخصيات تتسم بشعبية واسعة أولها قبول جماهيري يتناغم مع

أيدولوجية القائم على البرامج الحوارية الذين يسعون إلى ترجيح فكرة أو رأي على حساب

رأي آخر"<sup>2</sup> .

-و يقوم الحوار المتلفز على تحقيق وظائف عديدة تخدم و تنير الرأي العام نلخصها في

لنقاط التالية:

-أ- " تقديم الآراء المختلفة و المتعارضة المرتبطة بموضوع النقاش.

-ب- الإفصاح عن الحقائق و تقديم المعلومات ذات الأهمية إلى الجماهير العريضة في

المجتمع

-ج- إبراز الشخصيات المهمة في المجتمع عن طريق تقديمها إلى الجمهور كخبراء مختصين في

الشؤون المختلفة.

<sup>1</sup>-نفس المرجع ،ص65.

<sup>2</sup>-نفس المرجع ،ص66.

- د- خلق التأثير في قطاعات مختلفة من فئات المجتمع.
- ه- تفسير الظواهر الغامضة والقضايا المختلف عليها وتوضيحها.
- و- تنفيذ أجندة القائمين على التلفزيون عبر إستضافة شخصيات جماهيرية تحظى بإحترام الجماهير لتنفيذ أهداف معينة.
- ز- تدعيم آراء معينة ودحض آراء أخرى عن طريق إبراز وجهات نظر تتلاءم مع وجهات نظر معينة من دون أخرى.
- ح- إنّ البرامج الحوارية تتميز الحقائق من جوانب عدة ، وليس نقلها بما يضيفي عليها قوة تأثيرية فاعلة تتفوق على غيرها من الفنون الأخرى"<sup>1</sup>.
- "و شكل ذلك التطور بدوره منطلق التغيرات العاصفه في مجال الحياة الاجتماعية و الثقافية...لقد أحدثت هذه الثورة التكنولوجية الجديدة ثورة كوبرنيكيه في مجال القيم و المفاهيم والعقائد وأنماط السلوك عتد البشر"<sup>2</sup>.
- و- الملتيميديا ووسائل الإتصال الحديثة (التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد): لا تكفيها الكتب ولا المجلدات إذا أردنا التكلم عنها جميعا "فالوسائل المتعددة هي ترجمة عربية عن الكلمة الإنجليزية MultiMedia ، وهذه الكلمة بدورها تتكون من لفظين Multi أي متعدد وMedia أي وسائل أو وسائل ، ومادة الوسائل المتعددة في مجال الإعلام عبارة عن منتج إعلامي يتضمن مجموعة من العناصر الأساسية هي النص، الصورة ، الصوت ، الرسوم المتحركة، الفيديو ، وعند إضافة التفاعلية أي إتاحة الفرصة للمتلقي كي يبدي

<sup>1</sup> - غالب كاظم الدعبي نفس المرجع ،ص68.

<sup>2</sup> - جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، تر:علي وطفة، هيثم سطايجي، دار الينابيع، لبنان، 1994، ص104.

رأيه في المحتوى إلى المشروع تصبح الوسائط المتعددة التفاعلية. Interactive  
MultiMedia".<sup>1</sup>

-و الجدول رقم (2) يوضح تطور الشبكات الإجتماعية"<sup>2</sup>.

الويب 2.0	الويب 1.0	الخصائص
مساهمات وكتابة وقراءة ورفع الملفات وتحميلها	قراءة	نمط الإستخدام
الصفحات -المجموعات- المدونات - التعليقات-الهشطات-الصفحات-	الصفحة	وحدة المحتوى
متغير ويتم التحديث لحظيا	ثابت أو متغير بعض الشيء	الحالة
عبر المتصفح- وأجهزة المحمولة - وقارئ ال rss	عبر المتصفح	الإطلاع على المحتوى
من خلال أي شخص	من خلال القائمين على الموقع	إنتاج المحتوى

-خصائص صحافة الإنترنت: "تتوافر صحافة الإنترنت على حزمة من الخصائص التي تنطلق من الإنترنت كوسيط إتصالي فعال ، و تتيح حزمة الخصائص هذه لصحافة الإنترنت التواصل مع الرأي العام وقضاياها و المساهمة الفاعلة في عملية تكوينه.

و من أبرز هذه الخصائص:

أ- التغطية الصحفية الفاعلة و الشاملة: و التي تساعد على تكوين رأي عام سليم إزاء المشاكل و القضايا التي تمس مصالحه و هذه التغطية تشتمل على أنواع عديدة منها

<sup>1</sup>- إبراهيم إسماعيل ، الإعلام المعاصر ، وسائله ، مهاراته ، تأثيراته ، أخلاقياته، وزارة الثقافة و الفنون ، قطر ، 2014 ، ط 1، ص 205.

<sup>2</sup>-محمد مصطفى رفعت،الرأي العام في المواقع الافتراضية و قوة التعبئة الافتراضية،دار العربي لنشر و التوزيع ،ط1، 2018،ص 13.

التغطية الصحفية المستمرة ، التغطية الصحفية الفورية ، التغطية الصحفية المتعمقة ،  
التغطية الصحفية التفاعلية التغطية الصحفية اللامحدودة"<sup>1</sup>.

-ب- التفاعلية: وتعد هذه الميز من أهم المزايا الإنترنت إذ تتيح لكل المستخدمين و أين ما  
كانوا التفاعل مع المادة المنشورة والمستخدمين في نفس الوقت.

-ج- التعمق و الإستزادة: يتيح للمستخدم الوصول من خلال الروابط إلى شروح أكثر  
تفصيلا وموضوعات ذات علاقة بما هو منشور لمزيد من التعمق و الإستزادة.

-د--خدمة الأرشيف الإلكتروني: الرجوع وقت ما تشاء للمحتوى الإعلامي سواء النصية  
المكتوبة ، الصوتية ، لقطات فيديو ، الصور .

-ه-تشكيل المواد الصحفية وفقا لإهتمامات القارئ(الفردانية): التكيف مع الإهتمامات  
الفردية لكل قارئ.

-و- التعدد و الشمولية: توفير مواقع و محتوى مدارس فكرية متعددة يتم إتاحتها  
للمستخدم تمكنه من فهم الواقع من أكثر من زاوية.

-ز- تخطي لرقابة و الفلترة: الصحافة الإلكترونية عالمية و لا يمكن حجها عن الناس.

-ح-المواطن الصحفي: اتاحت صحافة الإنترنت الفرصة للمواطن العادي لنشر الصور  
الفيديوهات التعليقات...إلخ.

<sup>1</sup> - حسين علي : الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دارغداء لنشر والتوزيع ، الأردن، ط 1، 2014، ص 237.

ط-قياس الرأي العام وتحليله: في عدد كبير من القضايا من خلال الإستطلاعات التي يقوم بها عدد كبير من هذه الصحف وهي تتم بشكل إلكتروني فوري<sup>1</sup>.

-سمات و خصائص المدونات و الهاشطات : المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني تمتاز ب :

-قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة و مجاناً.

-لا تحتاج المدونات لتصريح لنشر.

-تعتمد على مجهود شخصي يصبح الفرد منتج المحتوى ، و ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم الصحفيون المواطنون.

- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.

-المدونات نوع من الإصلاح المعرفي و المعلوماتي و التكنولوجي .

-تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.

- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الإتصال الإنساني .

-المدونات نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد فهي قائمة على جهد شخصي فردي لإنتاج المحتوى و لا تتبع مؤسسات إعلامية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - حسين علي : الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دارغداء لنشر والتوزيع ، الأردن، ط 1، 2014، ص 238.

<sup>2</sup> -فرحان فرع العتيبي : المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، العربي لنشر و التوزيع ، 2020 ، ص 23.

ل- "تؤكد المجتمعات الافتراضية طبيعة الدافع الإجتماعي الذي يدفع بالأفراد إلى إحداث صور متعددة من التشكل و البناء التنظيمي ، وهذه حقيقة أصلية في طبيعة المجتمعات الطبيعية و الافتراضية على السواء ، و كما قال kahin keller ، منذ أكثر من عشر سنوات ماضية أن الاحتياج الذي يدفع بالإنسان إلى المشاركة في التفاعل الاجتماعي هو على الأقل بقوة الاحتياج إلى المعلومات نفسها ، كما أن المجتمع الذي نحتاج إليه كي نحافظ على مستوى تفكيرنا و نمط شعورنا بالحياة و آلية إستيعابنا للمعلومة و استبدالها و تطويرها هو نفسه الذي يدفعنا لنكون أعضاء مشاركين في مختلف عملياته الإجتماعية التفاعلية"<sup>1</sup>.

### -تاسعا: الاتصال والرأي العام (مظاهر وقوانين الرأي العام):

1- **الاتصال والرأي العام** : يرتبط الرأي العام وبشكل وثيق بالعملية الاتصالية فاذا كان الاتصال كما هو معروف وبديهي هو تفاعل او علاقات تفاعلية يتم بموجها نقل وترويج وتسويق المعلومات والاحاسيس والمشاعر والانطباعات ما بين الافراد داخل الجماعة الواحدة او ما بين الجماعات ، فان هذه العمليات التفاعلية قد احتوت كل عناصر الرأي العام، خاصة وانه عبارة عن حكم او ادلاء بوجهة نظر، او ابداء شعورا او إحساس او انطباع معين ضمن جماعة متفاعلة ومناقشة حول قضية ما .

- "ولقد تناول علماء الإجتماع في عصرنا الحالي تأثير الأخبار على الرأي العام بإسهاب كبير، و ينصب تركيزنا هنا على المبادئ الأساسية للإتصال التي تكونت جراء فحص العناصر التي تشكل الرأي العام"<sup>2</sup>، فهو نتاج إجتماعي لعملية الإتصال و تأثير متبادل بين عدد من

<sup>1</sup>-علي محمد رحومة: علم الإجتماع الآلي، 2008، ص 79.

<sup>2</sup>- ماكس ماكومزو وآخرون، الاخبار والرأي العام، تر: محمد صفوت الحسن، دار الفجر للنشر و التوزيع ، مصر، ط 1، 2012، ص 14.

الجماعات و الأفراد في المجتمع ، و يشترط لوجوده ضرورة وجود إتفاق موضوعي و وجود الإختلاف ، ويفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي عبر وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال"<sup>1</sup>.

- "ومن المهم جدا أن نعرف أن تشكيل الرأي العام و تغييره لا يكتب لهما الوجود بدون إتصال حيث لا يمكن أن يوجد عام و لا يمكن أن يوجد رأي بدون إتصال ف العام يتكون من الأفراد الذين يتواصلون مع بعضهم البعض بشأن قضايا و موضوعات الساعة كما أن آراءنا تعكس ما نرغب في إيصاله إلى الآخرين بشأن موقفنا من هذه الأمور"<sup>2</sup>.

- في مقالة بعنوان ( الإتصال و الرأي العام) ل برنارد بيرلسون يقترح المعادلة التالية: "بعض أنواع الإتصال تجذب إنتباه بعض الناس لبعض أنواع القضايا تحت بعض أنواع من الظروف و يكون لها بعض الأنواع من التأثيرات ، و يرى بيرلسون أن هذه العوامل تمثل جوهر النظرية في هذا المجال ، ويشرح الطرق التي تعمل بها هذه لإيضاح الشروط التي تفرضها هذه العوامل الإتصالية في التأثير على الرأي العام.

**أنواع الإتصال:** وهو يرى بأنه كلما تزداد الطبيعة الشخصية لوسائل الإتصال تزداد فعاليتها في تحويل الآراء ، فعظم حجم الشخصية personalism في العمل الإتصالي من المفترض أن يحقق فعالية أكثر ، و لأن الأفراد يتم تشكيلها في سياق روابط إجتماعية

<sup>1</sup> - محمد بن سعود البشر الرأي العام: الأسس ومقاربات الواقع ، السعودية ، العبيكان ، ط1،،، 2014، ص 15.

<sup>2</sup> - ماكس ماكومز وآخرون نفس المرجع ، ص 14.

رسمية أو غير رسمية تشكل الحاجة إلى الأنسجام آراء الفرد مع آراء رفاقه و جماعته  
المفضلة عاملا حافزا هاما"<sup>1</sup>.

-و تعد سياسة الإتصال المنهجي المنظم مع الجماهير من أهم التوجهات التي تنتجها  
الحكومات و الأحزاب في التأثير على الرأي العام الشعبي لخلق نوع من الجماهيرية و التأييد  
الشعبي لبرامجها و سياساتها و بقدر ما كانت هذه البرامج السياسية تمتلك عمقا شعبيا أكبر  
بقدر ما كانت أقرب إلى التحقيق على الواقع"<sup>2</sup>.

ب- نوعية القضايا: إن نوعية القضايا من العوامل المؤثرة في فعالية الإتصال في تأثيره على  
الرأي العام و لا شك بأن القضايا المرتبطة بمصالح الناس و إهتماماتهم أكثر تأثيرا من غيرها  
، و كلما كانت القضايا جديّة و حيوية كلما كان التفاعل معها يحتاج إلى نضج في إتخاذ  
القرار".

ج- أنواع الناس: كلما كان إقتناع الناس قويا بقضية ما ، يصبح صعبا على وسائل الإعلام  
تغيير الآراء ، و كلما كان الناس أقل معرفة بالموضوع ، كلما كانت الفرصة أكبر في أن تقوم  
وسائل الإعلام بتغيير الآراء .

د- أنواع الظروف المحيطة بالإتصال: و يرى بيرلسون أن فعالية الإتصال في التأثير على  
الرأي العام تتنوع بإختلاف طبيعة الظروف المحيطة بها ، " يعني نسبة توزيع المضمون

<sup>1</sup> - صالح خليل أبوإصبع، الإتصال الجماهيري، دارالبركة، الأردن ، 2009، ص209.

<sup>2</sup> - جبارة علاوي : الإتصال السياسي، دارمجد لنشر و التوزيع ، عمان ، 2015، ص 5.

لوسائل الإعلام المنوعة مما يمكن المتابعين لقضية ما أن يقرأو أو يشاهدوا أو يسمعوا وجهات نظر مختلفة بقدر متساو ومعقول<sup>1</sup>.

- ومن ذلك كله نستنتج علاقة الإتصال بالرأي العام تتمثل في العناصر التالية :

**1-العنصر الوجودي :** "ونقصد بذلك ان الاتصال يشكل عنصرا وجوديا لازم وملزم

لوجود الرأي العام ، فلا وجود للرأي العام من دون وجود اتصال ، فلما كان الرأي العام ، يتمثل برأي الجماعة ، ولما كانت الجماعة تشكل عنصرا وجوديا رئيسيا للرأي العام ، فان تلك الجماعة لا يمكن ان تكون موجودة من دون اتصال يجمع ويلم بين أعضائها و من هنا يشكل الإتصال عنصرا وجوديا للرأي العام.

**2-العنصر التكويني :** ويقصد بذلك ان الاتصال يدرج ضمن العوامل المؤثرة في تكوين

الرأي العام إضافة الى الثقافة المجتمعية والزعماء في المجتمع والأحداث المستجدة وطبيعتها ، فان الاتصال ووسائله هي يشكل عملا مهما ومؤثرا في تكوين الرأي العام او حتى في تغيير اتجاهاته من رأي عام فاسد إلى رأي عام صالح وعكس صحيح.

**3-العنصر التصنيفي :** ويقصد بذلك ان الاتصال ووسائله بشكل معيارا مهما من المعايير

التي بموجبها يتم تصنيف الرأي العام الى أنواع ، وقد سبق وان تكلمنا عن تجليات الرأي العام ، فالرأي العام القائد مثلا هو الذي يؤثر ولا يتأثر بوسائل الاتصال ، والرأي العام المثقف هو الذي يؤثر ويتأثر بوسائل الاتصال ، والرأي العام التابع او المنقاد هو الذي يتأثر

<sup>1</sup> - صالح خليل أبوإصبع، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، عمان ، ط 5 ، 2004.ص 305.

ولا يؤثر بوسائل الاتصال ، وكل ذلك يعني أن للإتصال حضورا في تصنيف الرأي العام إلى أنواع سواء كان حضورا سائيا أو إيجابيا<sup>1</sup>.

**-العنصر القياسي :** ويقصد بذلك عدم إمكانية استطلاع وقياس الرأي العام من دون وجود الاتصال ووسائله المتنوعة والمتطورة ( عدد المشاهدات ، عدد الإعجابات ، التعليقات عبر تويتر فايسبوك الهاشطات المدونات ... الخ ) فمن غير الممكن الاستغناء عن وسائل الاتصال في موضوع قياس واستطلاع الرأي العام ، والأكثر من ذلك فان أهمية الاتصال ووسائله في العالم اليوم أصبحت ملموسة وواضحة ، فاذا كان الفيلسوف ديكارت يقول " أنا أفكر إذن أنا موجود " ، فان لسان الحال اليوم يقول " أنا أتصل إذن أنا موجود " ، الأمر الذي يعني ان الانسان العصري هو كائن تابع لعصر الاتصال والمعلوماتية ليعيش عالم صغير جدا حسب " مارشال ماكلوهان قروية العالم من خلال ، الحتمية التكنولوجية لاتصال .

**-أنواع التأثيرات:** يرى بيرلسون أن هناك عدة أنواع من التأثيرات على الرأي العام وفي هذا الإطار لابد من التفريق بين تأثير وسائل الإعلام على إعتناق بعض الآراء أكثر من غيرها.

**2-مظاهر و قوانين الرأي العام:** ونعني به أنماط السلوك و المجاهرة بها و التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظرهم ومواقفهم من قضايا ما و الت يصنف إلى مظاهر إيجابية و أخرى سلبية لما لها من أضرار و فساد و تهديم و تحطيم و الغضب ، ويتمظهر الرأي العام فيما يلي : الحراك ، المظاهرات ، الهبة الشعبية ، إغلاق الطرق ، إشعال الحرائق ، الإضرابات ، التنديد والتهديد النقابي ، الاعتصامات ، مقاطعة

<sup>1</sup>-عامر حسن فياض : مقدمة منهجية في الرأي العام و حقوق الإنسان، دار الكتب، بغداد ، ط 2 ، 2001، ص 30.

السلع ، مقاطعة الانتخابات ، مقاطعة مباراة رياضية ، ظاهرة اللامبالاة ، عقد الاجتماعات ، الندوات ، التجمعات ، كثرة اللافتات ، الكتابات الحائطية...إلخ.

- **قوانين الرأي العام :** هناك سلوكيات حددها هالي كانتريل مستخدما المدخل النفسي و التي تضبط سلوك الرأي العام في إجاهات محددة فيما يأتي:

1-2-يتشكل الرأي العام إذا واجه الفرد موقفا و فشل في مواجهته و التخلص منه ، لذا يتطلب منه إتخاذ قرار عن طريق تصرف معين.

2-2-الخبرة السابقة لها دور كبير في تشكيل الرأي العام ، لأنها تمد الفرد بالمعلومات الكافية بشأن الموقف الذي يواجهه.

2-3-يتشكل رأي الفرد على أساس مؤشرات خفية و دلائل لا يدركها ، لكنها تتبلور إذا تأثرت بموقف معين و تمتزج لتسهم في إصدار حكم.

2-4- عندما يمتلك الفرد المعلومات الكافية عن المحيط الذي يعيش فيه بشأن الموضوع المطروحة للنقاش فستؤدي بالنتيجة هذه المعلومات إلى إتخاذ قرار ، و تبني وجهة نظر معينة.

2-5-رأي الفرد ثابت لا يتغير إلا إذا تغير هدفه أو أنه إذا إقتنع بأن العمل الذي يقوم به لا يمكن أن يوصله إلى هدفه

2-6-بغض النظر عن أن الرأي الذي يتبناه الفرد سيسهم في تحقيق أهداف الفرد فإنه لن يتغير ما لم يصطدم بإختبار معين.

7-2- أن الآراء التي تتكون نتيجة حكم صدر عن تجربة قوية أو من مواقف جديدة فأنها آراء جيدة وثابتة وغير سطحية.

8-2- الآراء التي لم تختبر لا يمكن الإعتداد بها ما لم يتم تجربتها على أرض الواقع.

9-2- إذا إقتنع الفرد بأن الرأي الذي إعتقده سيحقق أهدافه فإنه سيشعر بالطمأنينة ، و العكس صحيح.

10-2- يتولد شعور الفرد بالاطمئنان أيضا إذا تأكد أن الدلائل التي تكونت لديه كانت متفقة.

11-2- تبدو الآراء غير منظمة في الأوقات الحرجة والصعبة ، وتكون أشبه بإقتراحات غير مجدية .

12-2- قد تظهر الآراء في غطار توقعات المستقبل ، لأن الفرد بطبيعته يبني أماله على المستقبل ، وهو مرتبط بحياة إجتماعية تتسم بالتغير والمرونة الدائمة ، وأن الرأي الذي يتخذه اليوم مرتبط بهدف يطمح إلى تحقيقه في المستقبل.

13-2- تعتمد قوة تمسك الفرد بالرأي على مدى إسهامه بتحقيق أهدافه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-غالب كاظم الدعيبي ، نفس المرجع. ص ص 37- 38 .

## عاشرا -العلاقة بين نوعية المجتمع والرأي العام : لقد "ساهمت العلاقة الواضحة

بين الجماهير النوعية و الرأي العام في وضع سمات بارزة و قاطعة لطبيعة الرأي العام ، و أرست بهذه السمات البارزة و القاطعة أسسا لمناقشة حاسمة لأوجه الإختلاف بين الباحثين ، غير الإختلافات بينهم أثارت عددا من القضايا ، وهذه القضايا لها أهميتها و حيويتها و تتطلب تناولا مفصلا إذا أردنا أن تستقر المناقشة حول طبيعة الرأي العام و تثبت<sup>1</sup>.

-وهنا نكون أمام جدلية معرفية عميقة الطرح بين نوعية المجتمع و الرأي العام خاصة مع إقحام تكنولوجيا الإتصال و الإعلام في المجتمعات الحديثة التي ساهمت في توسيع الفضاء العمومي و الفضاء التفاعلي بين الأفراد بحيث يكون له شأن و وزن في صناعة الرأي العام من جهة ، و من جهة معاكسة يرى البعض بأنها زادت في الطغيان و الهيمنة و التلاعب و توجيه الرأي العام ، وهنا سوف نناقش هذه الفكرة من خلال العديد من المفكرين ، و بين هذا و ذاك مدح هابرماس العقل اللساني الذي يتعارض مع عنف العقل الأداتي ، و مع القوى الاجتماعية التي تسير في اتجاه كل ما هو شخصي ، الجماعات ، الأديان ، الدوافع الخاصة... الخ ، و الاتصال هو اللباس الجديد لمسألة اللوغوس ، و من جهة أخرى عاين

<sup>1</sup>-محمد البادي : دراسة الرأي العام ، دارالكتب و الوثائق القومية ، مصر ، ط 2 ، 2006 ، ص 107.

هابرماس ظاهرة تاريخية ممثلة ببروز الذاتية في وسائل الاعلام<sup>1</sup> ( لا أريكم إلا ما أري ) فعدم التوافق المطلق بين العقلانية الغائية والمعني ، وبين البيروقراطية والأخلاقيات ، وبين الرأسمالية والحياة الاجتماعية ، يحدث بضرورة خلل لمصلحة الأدائي وانفصال بين النسق الذي تمرده السلطة الاقتصادية والتكنوقراطية وبين العالم المعيش " المكان الذي تتم فيه التفاعلات الاجتماعية والتفاهم البيئي " ان امتداد الدولة الاجتماعية وأخلاقيات النقاش يجب ان تكون ردا على الاستعمار الداخلي للعالم المعيش والفضاء العمومي ليس مخصصا للفاعلين المؤسسين المستترين فقط ، بل يجب ان يفهم من الان فصاعدا انطلاقا من وسائل الاعلام والمجتمع المدني ، والذي تتميز فيه الجمعيات والحركات الاجتماعية التي تعتبر مساهمة أساسية في حلبة النقاش التي تجب تغذيتها باستمرار<sup>2</sup>.

-فهابرماس مع فكرة أن وسائل الاعلام تخدعنا او تخدرنا او تحجب عنا طبيعة الواقع ، والذي يدعو الى العمل وليس الخضوع ، ونحن هنا بصدد تحول من الثقافة الجماهيرية الى الصناعة الثقافية او الى جماهيرية الثقافة وينطلق " بورديو " من فكرة ان التلفزيون والصحافة بشكل عام أداة للقمع الرمزي نظرا للمستوى الثقافي او المعرفي المدني

-لوغوس : كلمة أساسية في الفلسفة الأفلاطونية اكتسبت العديد من المعاني نذكر منها ، الفعل ، المنطق ، الحكم .

<sup>1</sup> - اريك صيغري ، سوبولوجيا الاتصال ، نر: نصرالدين العياضي ، ط1، 2018 : البحرين ، ص440.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ص: 444.

للشاهدين الذين يملون لتصديق ما يعرض عليهم من جهة ، ومن جهة أخرى الدعاية المغرضة وتطبيق وسائل اقناعية تشمل العاطفة ( الاحتواء ، الاستهلاك ، التعتيم الإعلامي ، الهيمنة)<sup>1</sup>.

-أما تيودور أدورنو وماكس هور كهامر : ان تأثير وسائل الاعلام ، أو بالأحرى مالكيها هو على مستوى الفكر والعلاقات الطبقية وليس على مستوى الغرائز وذلك بربط النظرية الماركسية للأيديولوجيا بدراسة " للصناعة الثقافية " اذا توجب نقد وسائل الاعلام فذلك لأنها تمدد الهيمنة الرأسمالية عبر الاعلام والترفيه وتهدم صورة زائفة للسعادة او للفعل الذي نحلم به وتجعل الجمهور مشاركا في فقدان نفسه ..فهي تظهر فشل الفكر الذي تطارده أشباح التقنية ، لقد صاغ أدورنو نظرية للثقافة السلبية ووصف الكائنات البشرية كأسرى للمادة أين سلبتهم التقنية<sup>2</sup> ، والمثقف هو الوحيد القادر على فهم العالم وتفكيك الهيمنة البرجوازية للصناعات الثقافية<sup>3</sup>.

-و يعرف هامبرماس ، المجال العام بأنه مجتمع إفتراضي أو خيال ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز و يتكون من مجموعة من الأفراد

<sup>1</sup> - بيير برديو : التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول: تر: درويش الحلواحي ، دمشق ط 1 ، 2004.

<sup>2</sup> - اريك ميبغري سوسيولوجيا الاتصال ، تر: نصر الدين لعياض ط1 ، 2018 ، البحرين ، ص-ص : 36-37 .

- نفس المرجع ص 41<sup>3</sup>

الذين لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور و يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة"<sup>1</sup>.

-يرى يورغان هابرماس أن الفضاء العمومي هو المجال الذي تمارس فيه عمليات النقد و النقاش العام في المسائل السياسية التي تهم المجتمع ، فقد أدى تطور الصحافة و نشر و تعميم الكتاب إلى تكوين جمهور من القراء فيتشكل داخل هذا الفضاء و من خلال عمليات النقاش و المحاججة ما يسمى (بالرأي العام)الذي يتحقق عبر الممارسة العلنية للعقل كما يقوم الفضاء العمومي على الفصل بين ما هو خاص يتعلق بالفرد و بين ما هو عام يتعلق بالمجتمع"<sup>2</sup>.

-ويضيف يورغان هابرماس بأن مفهوم الإشهار الذي قام عليه الفضاء العمومي البرجوازي في نهاية القرن الثامن عشر فقد جوهره الأصلي ، فإشهار الأفكار الذي كان يأخذ شكل المحاججة و المواجهة الفكرية و النقاش العقلاني قد تحول إلى إشهار دعائي تمارسه الدولة و الأحزاب السياسية ، إذ لم يعد الرأي العام نتاجا للنقاش الحر و العقلاني ، بل أصبحت تصنعه الدعاية ، فتحوّلت العقلانية التواصلية التي تأسست عليها الحداثة إلى عقلانية إستراتيجية تحكم الفضاء العمومي، و جعلت منه مجالا لممارسة التسويق السياسي و الدعاية و الإشهار

<sup>1</sup>-عادل عبد الصادق:الفضاء الإلكتروني و الرأي العام تغيير المجتمع والأدوات و التأثير، نشر المركز العربي، القاهرة، 2009، ص 11.

<sup>2</sup>- الأميرة سماح فرج عبد الفتاح و اخرون:الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2113

التجاري، تستقطب و سائط الإعلام الجديدة جمهور المشاهدين و المستمعين و لكنها تسليهم في الوقت ذاته تلك المسافة التحررية ، أي إمكانية المحاجة و الكلام و النقض ، إن إستعمال جمهور القراء العقل يندثر لصالح الآراء حول الأذواق و الميول التي يتبادلها المستهلكون"<sup>1</sup>.

-و هنا نكون أمام حل وحيد لهذه الجدلية المعرفية هو نوعية المجتمع، فالمجتمع الجماهيري هو أقل بكثير من مفهوم الجماعة ، و أقوى بكثير من مفهوم الحشد من حيث المقياس السوسيومترى و من حيث العلاقات و التفاعلات الشخصية، ومن هنا نحن أمام أنواع من الجماهير، جماهير غير متجانسة و تنقسم بدورها إلى جماهير مغلقة و جماهير غير مغلقة، و جماهير متجانسة كالتوائف، الزمرة ، الطبقات الإجتماعية، و فيما يلي تصنيف الجماهير الإجتماعية:

**1- الجمهور العام :** و هو الجمهور الأكثر حجما من التجمعات الأخرى كما أن أعضائه أكثر

تبعثرا ، متباعدين في المكان و الزمان ، ولكنه ذو ديمومة أكثر، يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، هدفه الرئيسي تكوين إهتمام أو رأي عام حول قضية ما، و هو تجمع

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 104.

لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة إجتماعية من خلال الإعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها"<sup>1</sup>.

**2- الجمهور المثقف:** هو الجمهور الذي تعلم و وصل إلى درجة عالية من الثقافة و المعرفة

، وهو الجمهور الذي يجمع أعداد من الناس من ذوي المعرفة و العلم و الخبرة ، ولديهم من الوسائل ما يجعلهم يناقشون و يجادلون و لهم أثر بليغ في آراء العامة و هنا كان الحذر و الحرص أمرا ضروريا في التعامل مع هذه النوعية من الجمهور.

**3- الجمهور العنيد:** يطلق عليه الجمهور الراض الذي يرفض كل ما يعرض عليه ، سواء

عن إقناع أو عدم إقناع ، بل يفترض أن مجرد محاولة الإتصال به مرفوض ، و كل ما يقال إليه مرفوض ، و يتمسك هذا الجمهور بموقفه و لا يتزحزح ، و الواقع أن هذا الجمهور ليس بالضرورة أن يكون ذكيا أو مثقفا أو مدركا ، فقد يكون جمهورا مشبعا بالأفكار المضادة أو لديه رأي عكسي مسبق ، و التعامل مع هذا الجمهور صعب و يحتاج إلى صبر و الأناة في إجراء الإتصال به.

**4- الجمهور الذواق:** وهو الجمهور الذي يستطيع أن يدرك الكلام الصحيح من الكذب و

الرياء ، فمعلومات هذا الجمهور أكثر من غيره من الجماهير ، و أغلبية أفراده من المتعلمين

<sup>1</sup>-سعيد ناصف : علم الإجتماع الإعلامي، المفاهيم ، القضايا، التطبيقات،الأفاق المشرقة ، الشارقة، ط1 ، 2015 ، ص 174

القادرين على الإستعاب و المناقشة و الجدل ، فإذا رفض الرأي رفضه لأسباب ، و إذا أقره فلأسباب ، وهذا النوع تجده في مكان واحد يجتمع لوجود إهتمام مشترك من أعضائه وعادة ما تكون لهذا الجمهور بعض السمات المميزة التي تجعله على النحو من الحساسية<sup>1</sup> العالية.

**5- الجمهور الغامض :** غالبا ما يكون هذا الصنف هادئا لا يكشف عن سره وهدوئه ، وقد يكون وراء هذا الهدوء بركان جارف هائج يلقي بأثقاله على كل من حوله، و يجب أن تكون المحاولات معه متكررة و لا ييأس من الإتصال به ، لأن الغموض فيه ليس بدائم أو مستمر لأنه كطبيعة البشر يتغير من وقت لآخر حسب المؤثرات القوية أو معرفة الآليات و المفاتيح التي يتم بها الدخول عليه و لمحاولة إقناعه حسب إدراكاته.

**6- الجمهور الجاهل:** هذا الجمهور من أصعب أنواع الجماهير إتصالا لأنه لا يقرأ أو لا يهتم بالمفاهيم والآراء فهو غالبا لا تفيد معه الرسائل الشفهية ذات التعبيرات القوية و العميقة ، أو التي تتصل بعلم من العلوم ، و لا أقصد بذلك أن هذا الجمهور بأنه من الضروري أن يكون كله من الجهلاء فهناك جمهور متعلم و لكن أكثر جهلا من الجهلاء لأن الجهل مقصود به عدم المعرفة و عدم المعرفة قد يكون لعدم الإهتمام أو لعدم حب الفهم أو التشبث بمعتقد ما ( الركون و الإسرارم التزمت ، عنزة ولو طارت ) .

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام و نظريات الإتصال ، نفس المرجع، ص 35.

7- الجمهور البسيط: " وهذا الجمهور لا يمكن و ضعه على مستوي معين فهو يتكون

بسهولة و ينتفض بسهولة ينفعل بسرعة و يهدأ بنفس الأسلوب ، يتشابه أفراده في طريقة

تفكيرهم و أسلوب تداولهم و مناقشتهم للأمور ولا أريد أن أقول أن بعض آراء هذا الجمهور

ساذجة غير منطقية"<sup>1</sup>.

-كما أن للجمهور و مميزات يجب أخذها بكل جد و عناية هي:

أ-سرعة الانفعال و خفتها: من " الخصائص الاساسية للجمهور أنه مقود كليا تقريبا من قبل

اللاوعي ، فأعماله واقعة تحت تأثير النخاع الشوكي أكثر مما هي واقعة تحت تأثير المخ أو

العقل"<sup>2</sup>.

ب-سرعة التأثر مع سرعة المصادقة لأي شيء: من الخصائص الاساسية للجمهور أنه يجد

نفسه في غالب الاحيان في حالة من الترقب المهيأة لتلقي أي إقتراح ، و أول إقتراح يظهر

يفرض نفسه مباشرة عن طريق العدوي و الإنتشار لدى كل الأذهان ثم يحدد الإتجاه الذي

ينبغي إتباعه حالاً"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 36.

<sup>2</sup> -غوستاف لو بان :سكولوجية الجماهير، ثر :صالح هاشم، 1991، ط1، دار الساقى ، بيروت، ص 63.

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص 66.

ج- جيّاش و مفعّم بالعاطفة:" نجد الفرد المنخرط في الجمهور يقترب كثيرا من الكائنات البدائية، فهو غير قادر على رؤية الفروقات الدقيقة بين الأشياء، و بالتالي فهو ينظر للأمور ككتلة واحدة ولا يعرف التدرجات الانتقالية... فالجمهور كالنساء تذهب مباشرة نحو التطرف فما إن يبدر خاطر ما حتي يتحول إلي يقين لا يقبل الشك"<sup>1</sup>.

د- التعصب المبالغ فيه:" الجماهير لا تعرف إلا العواطف البسيطة و المتطرفة، فغن الآراء و الأفكار و العقائد التي يحرضون عليها تقبل م قبلها أو ترفض دفعة واحدة ، فإما أن تعتبرها كحقائق مطلقة أو كأخطاء مطلقة، وهذه هي دائما حالة العقائد المتشكلة عن طريق التحريض بدلا من أن تكون متولدة عن طريق التعقل و الحاجة العقلانية، و كلنا يعلم مدى تعصب العقائد الدينية و مدى الهيمنة الإستبدادية التي تمارسها على النفوس"<sup>2</sup>.

هـ- أخلاقية الجماهير:إذا الاخلاقية معنى الاحترام الحقيقي لبعض الاعراف و التقاليد الاجتماعية ثم القمع الدائم للنزوات الانانية فإنه لمن الواضح أن الجماهير صاحبة نزوات و غرائز شديدة الهيجان و بالتالي فغير مهيأة لاحترام النزعة الأخلاقية، ولكن اذا كنا نعني

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 74.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 76.

بالاخلاقية بعض الصفات كالتقاني و الاخلاص و النزاهة و التضحية بالذات و حسن

العدالة فإنه يمكننا ان نقول على العكس بأن الجماهير قادرة على أرفع أنواع الاخلاقية"<sup>1</sup>.

- أن التقدير الكم لا الكيفي لآراء الناس واتجاهاتهم تجاه القضية موضوع القياس التي

تقدمها مؤسسات قياس الرأي العام تجعل قيمة هذه البيانات محدودة للغاية، فهي لا تدلنا

عادة على درجة وشدة وعمق وثبات آراء الجمهور، وكيفية تكوينها والخلفية الفكرية والمسلمات

الأساسية للمجتمع التي تعد هذه الآراء انعكاسا لها، كما أنه إذا ما شعر الإنسان بأن سلوكه

مراقب فإنه قد يظهر مالا يعبر عن اتجاهه الحقيقي، رغبة أو رهبة، هذا بالإضافة إلى افتقار

تلك البيانات والنتائج إلى الترابط مع الهدف الذي جمعت من أجله والظروف الزمانية والبيئية

التي يجرى فيها قياس الرأي العام.

-أن استفتاءات الرأي العام تقيس الرأي الشخصي دون الرأي العام، لأنها تعتمد على سؤال

الأفراد بصورة فردية، حيث إن الأفراد لو سئلوا عن آرائهم بهذه الصورة فإن آراءهم تختلف

عنها في حالة ما إذا سئلوا عن آرائهم وسط الجماعة، وإلى جانب هذا فإنه عند تصنيف

الاستجابات وحساب النسب المئوية يتم تلخيص النتائج بصورة رقمية لا يتضح منها الفرق

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص78.

بين آراء القادة ذوى التأثير في الجماعة، وبين آراء بقية المبحوثين، ذلك أن رأي قائد الجماعة له وزنه واعتباره، ولا ينبغي أن يوضع على قدم المساواة مع غيره من الآراء.

-ويمكن التغلب على هذه الصعوبة بالاستعانة بالمقابلة الجماعية أثناء إجراء البحوث، وسوف يبرئ هذا النوع من المقابلة للباحث فرصة الحصول على معلومات أوفر، ويسمح للأفراد بالمساهمة في المناقشة، ويخلق تفاعلاً في الرأي يؤدي إلى ظهور رأي عام شبيه بالرأي العام السائد في المجتمع<sup>1</sup>.

**-إحدى عشر- كفايات وطرق قياس الرأي العام :** نظراً لأهمية المعرفة الإستباقية والمستقبلية لتوجهات الرأي العام لتفادي مشكلات ممكن أن تعصف بالنظام السياسي القائم بسبب التجاهل أو تعصف بالإقتصاد تكدس السلع تضخم ركود بسبب عدم البحث في أذواقه ، لذلك " يساعد قياس الرأي العام في معرفة الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي حيث يمكن معرفة المعلومات والآراء و الإتجاهات السائدة و إحتياجات الرأي العام و رغباته ، كما يوفر ذخيرة حية من المعلومات عن الرأي العام و مقوماته و إتجاهاته تساعد على إتخاذ القرار المناسب في ضوء الحقائق المتوافرة و توجيه الرأي العام توجيهاً سليماً و إمداده بما يحتاج إليه من المعلومات و آراء و إتجاهات تساعد في دفع عملية التنمية".

<sup>1</sup>-مجي الدين عبد الحلیم ، نفس المرجع السابق ص 165.

- ولم يكن وجود قياس الرأي العام حديثا بل عرف منذ القدم "فلجأ الحكام في المجتمعات العربية إلى طرق بسيطة للتعرف على آراء الناس و أحوالهم، منها خروج الحاكم مستترا ليسمع بنفسه رأي الناس إطلاق البعض للتعرف على أحوال الناس و آرائهم.

- ثم بدأت تحتل عملية قياس الرأي العام أهمية متزايدة في العصر الحديث حيث تعتبر خطوة أساسية في العملية الديمقراطية ، و لقد إنتقلت عدوى إستطلاع الرأي العام ...من سوق السلع و التجارة إلى سوق السياسة و الحكم ، و تعود بدايات الإهتمام بقياس الرأي العام عن طريق عمل إستفتاءات التي تهتم بالتجارة و التسويق"<sup>1</sup>.

وتعرف الموسوعة الاجتماعية عملية قياس الرأي العام على أنها تلك العملية التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال الناس وتوجهاتهم تجاه عبارات وأسئلة مصاغة بشكل واضح فعملية قياس الرأي العام ماهي الا أداة تستخدم من قبل جهات مختلفة للوصول الى أهداف محددة غير التعرف الى ميول الرأي العام واتجاهاته حول قضايا معينة مثار حولها الجدل ، وهناك ثلاثة طرق أساسية ومنهجية لقياس الرأي العام وهي :

<sup>1</sup>-عاطف عدلي العبد،الرأي العام وطرق قياسه ، نفس المرجع السابق ، ص 130.

أ- **طريقة الاستفتاء :** وتقوم هذه الطريقة على اختيار عينة من المجتمع بدقة عالية ، وتوجه لهذه العينة مجموعة من الأسئلة التي تدور حول القضية موضوع البحث ، ويكون الباحث قد أعد هذه الأسئلة مسبقا بشكل علمي ومنهجي ، ويتم ارسال الاستفتاء الى المعاينة بعدة طرائق ، فقد تكون من خلال البريد العادي او الالكتروني ، او من خلال الصحف والمجلات أو من خلال توزيع الاستفتاء مباشرة من قبل الباحث عن المستطلعة آرائهم ، وبعد جمع المعلومات والمعديات يقوم الباحث بتحليل الإجابات المتعلقة الموجودة في الاستفتاء بهدف الوصول الى تحديد وجهات الرأي العام حول القضية، "و يجب أن يكون عدد أفراد العينة ممثلة لجميع عناصر وعينات المجتمع تمثيلا دقيقا كما يجب أن يكون عدد أفراد العينة كافيا و مطابقا لنسبة كل شريحة من المجتمع مع مراعات عوامل السن و الجنس و المستوى الإقتصادي و الإجتماعي و مراعات مدى تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام و مدى ثقافتهم و درجاتهم التعليمية و الحضارية و غير ذلك .

ب- **طريقة المسح :** وتستخدم هذه الطريقة للتعرف على الظواهر وتحديد طبيعتها و معرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها و وظائفها و ذلك بجمع الحقائق عن الظاهرة و تحليلها و تفسيرها للوصول الى تعميمات بشأنها، و تعد طريقة المسح الشامل أهم و أشمل من طريقة الإستفتاء لأنها تبين إتجاهات الرأي

العام غير الظاهرة ، و يستخدم في قياس الرأي العام عن طريق المسح أسلوب الملاحظة و أسلوب المقابلة، و تستخدم طريقة المسح بالنسبة للرأي الكامن الذي يعبر عنه الجماهير في صورة دردشة أو شائعات أو نكت أو إشارات أو حركات إنفعالية أو إنفعالات مختلفة كعدم الإصغاء للمتحدث أو للمحاضرة ، أو عن طريقة المسح يمكن قياس الرأي العام الظاهر عن طريق المقابلات و المحادثات و المناقشات "1.

ج- **طريقة تحليل المضمون:**"قد يحدث أحيانا أن يحتاج الأمر إلى قياس الرأي العام في منطقة لا يمكن فيها تطبيق إحدى الطريقتين السابقتين و ذلك لبعده المكان أو موانع سياسية أو طبيعة أو كثرة التكاليف أو نحو ذلك ، وفي هذه الحالة يمكن لخبراء الرأي العام القيام بعمليات القياس عن طريق تحليل مضمون وسائل الإعلام من راديو و تلفزيون و صحف و مطبوعات أو الكتب و المجلات و المنشورات و الصور"<sup>2</sup>، او تستخدم هذه الطريقة في حال صعوبة اتصال الباحثين بالفئة المستهدفة بالبحث بصورة مباشرة ، وتعذر استخدام الطرائق التقليدية كالاستبانة واستمارة المقابلة والملاحظة ، اذ يقوم الباحث بدراسة نصوص غير شفوية وغير تحريرية ، أو تحليل المضامين الفعلية لظواهر سلوكية، اجتماعية اقتصادية، سياسية ، مثلا دراسة سلوك الاستهلاك العام التي تقوم بها جمعيات

<sup>1</sup> - منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار حامد ، الأردن ، ط 1 ، 2013 ، ص 151.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 152.

حماية المستهلك مثلاً، والتي تفيد في معرفة نمط الاستهلاك في المجتمع ، ويعتمد تحليل المحتوى على الدراسات الميدانية والوثائق والاحصاءات الرسمية وماتنقله وسائل الاعلام للوصول الى المواقف والآراء الفعلية نحو قضية معينة .

-مشكلات قياس الرأي العام: من شدة الصعوبات و العقبات التي تقف أمام الباحثين ليكون ليس بالسهل ولا بالهين قياس الرأي العام ليس لأنه يتطلب مخابر و فرق بحث و تكاثف للمجهودات فقط، بل لأننا نتعامل مع ظاهرة اجتماعية والظواهر الاجتماعية تصعب دراستها فما بالك بقياسها .لذلك شدد بيار بورديو بشكل خاص على عدد معين من المشكلات المنهجية الخاصة باستطلاعها الرأي العام في مقاله الشهير " الرأي العام لا يوجد " ويهدف الى التشكيك ومراجعة المصادر الضمنية من استطلاع الرأي العام من ثلاثة نقاط :

-كل استطلاع للرأي يأخذ هذا الأمر على أنه بديهي فالجميع يملكون رأياً حوله وهذا خطأ منهجي.

-وأن كل الآراء الواردة متساوية ، بمعنى أن لها من الناحية الاجتماعية نفس الوزن " الرأسمال الثقافي" وهذا خطأ إبستمولوجي.

-وأخيرا يوحد اتفاق مسبق حول القضايا التي تستحق الطرح بالأصل ، ولهذا السبب يعتبر بيار بورديو أن عمليات استطلاع تعلم أكثر حول من يطرحون الأسئلة عنن يجيبون وهذا أكبر خطأ .

-صعوبة التمثيل " المعاينة" وهذا ما طرحه بير بورديو .

-شح المعلومات لدى المبحوثين كما و كيفا،ومن لا معلومات لديه بالشكل الكافي لا رأي سديد له.

-التعتيم الاعلامي ومغالطة الرأي العام ، تنتج من عدم تحليل القضية بحيادية ومصداقية في وسائل الاعلام .

-تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الاعلام ، حيث تعمل الأمية مثلا أو الفقر على الحيلولة دون التعرض لوسائل الاعلام ، خاصة الإعلام الجديد .

-كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه الرأي العام ، قله العائد من الاستبيانات ، عدم جدية المبحوثين ومحاولة التخلص من الباحث ، كثرة ظهور فئة اللا رأي... الخ .

-اللا إستقرار السياسي والاقتصادي والأمني التي تتخط فيه دول العالم الثالث والتي تكون مسبح واسع لنشر الاشاعات والدعايات الكاذبة والمغرضة والمحرضة والتي من شأنها العصف بالرأي العام .

- التصنيع و المغالطات " حيث يقول بيير برديو، أن الإستشارة تطرح في سؤال تلفيقي واحد ما لا يمكننا فهمه بعقلانية إلا في حدود مائتي سؤال ، وفي أن ما يقيسه البعض بالسنتيمترات يقيسه الآخرون بالكيلومترات .....، و يظيف بأنه توجد آراء مشكلة و آراء مجندة حول نسق من المصالح المعلن عنها صراحة، و من جهة أخرى توجد إجراءات ليست من الناحية المبدئية آراء إذا كان يقصد بالرأي شيئاً يمكن أن يعبر عنه بخطاب يسعى لتحقيق نوع من الإتساق تعريف الرأي هذا ليس رأي حول الرأي بل هو ببساطة شرح للتعريف الذي وضعه حيز التنفيذ رواد عمليات سبر الآراء من خلال مطالبتهم الناس بإتخاذموقف حول آراء معبر عنها، هذا الشيء المصنع هو الرأي العام في قلبه الضمني من قبل الذين يقومون بعمليات سبر الآراء ، أقول ببساطة إن هذا الرأي غير موجود"<sup>1</sup>.

- و يكون بهذا قد ساهم بيير برديو بالكثير في تطوير كفايات قياس الرأي العام من خلال التعمق و التنويه للمشكلات العلمية و العملية و المنهجية للقياس بداية من اللا موضوعية

<sup>1</sup>-رضوان بوجمعة : الرأي العام غير موجود ل بيير بورديو ، مجلة معالم ، العدد الأول ، 2009، ص 136.

وتدخل ذات البحث و نهاية عند الأخطاء الإستمولوجية سواء في المعاينة أو التأسيس العلمي لغياب المنطق .

-الخاتمة: كانت هذه محاولة جادة من أجل إحاطة الطالب بكل التفاصيل و الجوانب المتعلقة بظاهرة الرأي العام و تناولها من منظورات و زوايا عديدة ، و لكن في الأخير نقول و لإعتبرات علمية منهجية و أبستمولوجية بأنه و بالرغم كل ذلك التفصيل و ماجاءت به هذه المطبوعة البيداغوجية كمحاولة لفهم ظارة الرأي العام تبقى على مستوى ا المعرفي كمدخل لها ، و تبقى شديدة الغموض من حيث التعقيد و من حيث التركيب و من حيث الإحاطة ، لنفتح الشهية أمام القارئ للإبحار و الغوص أكثر في هذا الحقل، كما أنه للقيام بدراسة علمية خاصة حالات القياس و التنبأ تتطلب التكاليف و التكافل ضمن جميع التخصصات في العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، كما يتطلب إنشاء المخابر و الفرق البحثية المتخصصة في ذلك.

## -قائمة المراجع:

- إبراهيم إسماعيل ، الإعلام المعاصر ، وسائله ، مهاراته ، تأثيراته ، أخلاقياته ، وزارة الثقافة و الفنون ، قطر ، ط1 ، 2014 .
- أحمد محمد ، الرأي العام و سبل التوجيه ، دار أمجد لنشرة التوزيع ، عمان ، 2014.
- اريك صيغري ، سيولوجيا الاتصال ، تر: نصر الدين العياضي ، البحرين ، ط1 ، 2018 .
- إسماعيل علي سعد ، الاتصال و الراي العام ، بحث في القوة و إيديولوجية ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1989 .
- الأميرة سماح فرج عبد الفتاح و اخرون :الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم ، مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان ، ط1 ، 2113 .
- بطرس حلاق ، الرأي العام و طرق قياسه ، الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2020 .
- بن عوف حسن أحمد ، الرأي العام: مفهومه وأساليبه قياسه ، الاردن ، امواج لنشر و التوزيع ، 2016 .
- بيير بورديو : التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول: تر: درويش الحلواحي ، دمشق ط 1 ، 2004 .
- جبارة علاوي : الإتصال السياسي ، دار مجد لنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 .
- حسين سعد عبد الحميد:هندسة العقل دراسة في أساليب خداع الرأي العام، مركز النهريين لدراسات الاستراتيجية، العراق، العدد20، 2020.
- حسين علي : الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد ، دار غداء لنشر و التوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2014 .
- ريمون بودون : أبحاث في النظرية العامة في العقلانية العمل الإجتماعي و الحس المشترك ، تر: جورج سليمان ، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، ط1 ، 2010 .
- صالح خليل أبوإصبع ، الإتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار مجدلاوي ، عمان ، ط 5 ، 2004 .
- عادل عبد الصادق :الفضاء الإلكتروني و الرأي العام تغيير المجتمع و الأدوات و التأثير ، نشر المركز العربي ، القاهرة ، 2009 .
- عاطف عدلي العبد عبيد : الرأي العام وطرق قياسه ، دار الفكر العربي، مصر ، 2006 .
- عامر حسن الفياض ، مقدمة منهجية في الرأي العام و حقوق الانسان ، دار الكتب ، بغداد ، ط 2 ، 2011 .
- عسيلة صبيحي ، ال رأي العام ، مصر ، نهضة مصر لطباعة و النشر و التوزيع ، 2007 ،
- فتحي حسين عامر :إستطلاعات الرأي على الانترنت ، العربي لنشر و التوزيع ، القاهرة ط 3 ، 2013 .
- ماك شوسميث بالنافز : نظريات و مناهج الإعلام ، تر: منال أبو الحسن ، عاطف حطبية ، دار النشر الجامعات ، مصر ، 2017 .
- ماكس ماكومز و آخرون ، الاخبار و الرأي العام ، تر: محمد صفوت الحسن ، دار الفجر لنشر و التوزيع ، مصر ، ط 1 ، 2012 .
- محمد محمد البادي : دراسة الراي العام ، دار الكتب و الوثائق القومية ، مصر ، ط 2 ، 2006 .
- محمد بن سعود البشر الرأي العام: الأسس ومقاربات الواقع ، السعودية ، العبيكان ، ط1، 2014 ،
- مصطفى المصمودي ، المجتمع المدني العربي في زمن الثورة الرقمية ، دار البستان لنشر ، تونس ، 2005 .
- مصطفى يوسف كافي: الرأي العام و نظريات الإتصال ، دار حامد لنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 .
- منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي ، دار حامد ، الأردن ، ط 1 ، 2013 .
- هاني رضا ، رامز عمار: الرأي العام و الإعلام و الدعاية ، المؤسسة الجامعية لنشر و التوزيع ، بيروت ، ط 2 ، 2013 .
- إحسان رمضان السامرائي ، الفضائيات الإخبارية: دورها في توجيه الرأي العام سياسيا العربي لنشر و التوزيع ، القاهرة، ط1، 2019 .
- أحمد سويلم العمري ، الرأي العام و الدعاية ، الدار القومية لطباعة و النشر ، مصر ، ب س .
- السيد محمد الحسني :الرأي العام و الإعلام ، دار العلوم ، بيروت ، 2006 ،
- الهامي عبد العسيس امام ، مدخل الي سكولوجية الاعلام و الرأي لعام ، بدون سنة ، دار الحكيمه لطباعة ، مصر .
- إيتيان دولابوسي: العبودية الطوعية ، تر: عبود كاسوحة ، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، ط 1 ، 2008 .

- أيمن منصور ندا ، شيماء ذو الفقار زغيب : دراسات في نظريات الرأي العام ، منتدى الأزيكية ، الدار المصرية اللبنانية، 2004.
- برهان زريق،الرأي العام ، وزارة الاعلام السورية على الطباعة، سوريا، ط 1، 2016.
- بطرس حلاق ، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية ، سوريا ، 2020.
- جوديت لازار،سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري،تر:علي وطغة، هيثم سطايجي،دار الينايع، لبنان،1994.
- جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، تر: انسام محمد الاسعد ، دارو مكتبة الهلال ، بيروت، ط1، 2011،
- حسين عبد القادر: الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2020.
- خلف الحماد ،وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني،اليازوري، الاردن، 2020.
- رضوان بوجمعة : الرأي العام غير موجود لبيير بورديو ،مجلة معالم ، العدد الأول، 2009.
- زهير عابد، الرأي العام وطرق قياسه، الاردن ،، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015،
- سامي ذبيان وآخرون :قاموس المصطلحات السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، مكتبة رياض الريس للكتب والنشر، لندن. ط1، 1990،
- ستيفن كومان، كارين روس، الإعلام والجمهور، تر:صباح حسن عبد القادر،مصر،دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط2012،1.
- سعيد اللاوندي:دبلوماسية العلاقات العامة : الرأي العام جسد مارد وعقل طفل، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة، ط2016،1.
- سعيد ناصف : علم الاجتماع الإعلامي، المفاهيم ، القضايا، التطبيقات،الأفاق المشرقة ، الشارقة، ط 1، 2015 .
- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2006.
- عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الإتصال والرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2007.
- عامر حسن فياض : مقدمة منهجية في الرأي العام و حقوق الإنسان، دار الكتب، بغداد ، ط 2 ، 2001.
- عبد الرزاق الدليبي، الدعاية والشائعات والرأي العام: رؤية معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2019.
- عبد الله علي الكبير، محمد احمد حسب الله،هاشم محمد الشاذلي، ابن منظور لسان العرب ،القاهرة، دار المعارف،ب س .
- عدي إبراهيم المناوي، التيارات السياسية العلمانية وصناعة الرأي العام،العراق، زهران لنشر،2014.
- علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة ، 2008.
- غالب كاظم الدعيبي:صناعة الرأي العام من الطباعة الى الانترنت، تقاليد موروثه وسلطة مطلقة، دار المجد، الاردن، ط1. 2019.
- غوستاف لوبان :سكولوجية الجماهير، ثر:صالح هاشم، دار الساقى ، بيروت، ط1، 1991.
- فرحان فرع العتي : المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، العربي لنشر والتوزيع ، 2020 .
- فليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية ، تر:محمد ياسر خواجه، العربية لنشر والتوزيع ،مصرط2010،1 .،
- كامل خورشيد مراد: المدخل إلى الرأي العام ، دار المسيرة ، عمان ط4، 2022، .
- مارك، شوسميث بالنافز، نظريات ومناهج الإعلام ، تر:منال ابو الحسن ، عاطف حطبية، مصر،دار النشر للجامعات ،2017.
- محمد البادي : دراسة الرأي العام ، دار الكتب و الوثائق القومية ، مصر، ط 2 ، 2006 .
- محمد جمال المنار، معجم المصطلحات الإعلامية،الأردن، دار أسامة لنشر والتوزيع ،2014.
- محمد مصطفى رفعت،الرأي العام في المواقع الافتراضية وقوة التعبئة الافتراضية،دار العربي لنشر والتوزيع ،ط1، 2018.
- محيي الدين عبد الحلیم،الرأي العام: مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله، وظائفه وقوانينه، طرق قياسه واساليب تغييره، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية،،2009.
- منصور الرفاعي عبيد، المنبر وأثره في إتجاهات الرأي العام،دار الجليل ، بيروت، ط1،،1993.