



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
كلية الحقوق و العلوم السياسية



دور الإعلام في التأثير على الرأي العام

دراسة حالة : الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016

مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر للعلوم السياسية

تخصص نظم سياسية مقارنة والحكم الراشد

تحت إشراف الأستاذ:

فرج عبدالحميد

من أعداد الطلبة:

تريفة معاذ

عيساوي أحمد

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أ.د: جراية الصادق
مشرفا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أ : فرج عبد الحميد
مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أ : إسماعيل زروقي

السنة الجامعية : 2017/2016

مقدمة :

تمهيد : الإعلام له دور كبير في التأثير على الرأي العام الذي من خلاله يعكس المشهد السياسي و الاجتماعي و الإقتصادي ...الخ إلا أن الإشكالية تكمن في أنه ينعكس على الرأي العام بالسلب أم الإيجاب وهذا يعود إلى الأداة المتحكمة في الإعلام ويعتبر الإعلام عنصر أساسي في نقل أي حراك سياسي أو مشهد لينقل إلى كل معني و خاصة أفراد التحليل السياسي،

أهمية الموضوع : للإعلام أهمية ودور يكمن في التأثير على الرأي العام في كونه عنصر أساسي لنقل أحداث يتم من خلاله تحليلها خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، التي شهدت في الانتخابات الرئاسية لسنة 2016 صراع أحزاب و صراع إعلامي حول المترشحين الأساسيين دونالد ترامب و هيلاري كلينتون مع العلم فان موضوع دور الإعلام في التأثير على الرأي العام يطرح بحددة في الدول التي تشهد عدة محطات سياسية و صراعات وهذا ما زاد من أهمية الموضوع.

أسباب إختيار الموضوع : يعود سبب اختيارنا لموضوع دور الإعلام في التأثير على الرأي العام هو اعتبارات ذاتية وأخرى موضوعية فالاعتبارات الذاتية ترجع لرغبتنا في دراسة الموضوع بالذات إلى أن أصبح للإعلام تأثير كبير وواضح على المجتمع الدولي من خلال نقل حدث معين و هذا لكوننا أحد أفراد المجتمع و حرصنا الشخصي و المساهمة في محاولة فهم دور الإعلام في التأثير على الرأي العام أما بالنسبة للاعتبارات الموضوعية يعود السبب للتأثير الكبير الذي يحدثه الإعلام على الرأي العام

الإشكالية : تبرز إشكالية الموضوع التي تطرح على الشكل التالي :

إلى أي مدى يآثر الإعلام على الرأي العام ؟ وكيف تفاعلت وسائل الاعلام مع الانتخابات الأمريكية الرئاسية سنة 2016؟

التساؤلات فرعية :

ما مفهوم الرأي العام؟

ما تعريف الإعلام؟

كيف أثر الإعلام على الرأي العام والمجتمع الامريكي خاصة؟

الفرضيات :

الإعلام يأثر بطريقة غير مباشرة بالسلب على الرأي العام

هناك أطراف تسيير الإعلام

المناهج المعتمدة: المنهج الوصفي و التحليلي

تقسيم البحث: تم تقييم البحث من خلال ثلاث فصول

الفصل الأول : الاعلام

الفصل الثاني : الرأي العام

الفصل الثالث : دراسة تطبيقية الإنتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2016

الصعوبات: أبرز الصعوبات التي واجهتنا في إعداد البحث قلة المراجع التي تخص الفصل الثالث

يعود الى حداثة الموضوع بالنسبة للإنتخابات الرئاسية الأمريكية التي كانت سنة 2016

الفصل الأول : الاعلام

مبحث تمهيدي

المبحث الاول : ماهية الإعلام

المطلب الأول : تعريف الإعلام

المطلب الثاني : أهداف و وظائف الإعلام

المطلب الثالث : خصائص الإعلام

المبحث الثاني : وسائل الإعلام

المطلب الأول : تعريف وسائل الإعلام

المطلب الثاني : أنواع وسائل الإعلام

المطلب الثالث : وظائف وسائل الإعلام

مبحث تمهيدي:

لقد عرف الإعلام تطورا كبيرا جعله يكتسح جميع مجالات الحياة، ويتميز هذا كونه فتح للإنسان مجالاً واسعاً للمشاهدة و الاستماع و القراءة، ومن مميزات الإعلام أنه يدخل في جميع المجالات الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و التربوية، فأصبح يؤثر في سلوكيات الفرد كالسلوك الاجتماعي و الاقتصادي ... الخ، فقد أصبح جزء من الحياة المعاصرة كمعيار لقياس مدى تطور المجتمعات للتحول نحو الحداثة و الديمقراطية.

المبحث الأول : ماهية الإعلام

المطلب الأول : تعريف الإعلام

التعريف الأول:

يعرّف غوران هدبرو (HIDBROW) الحملة الإعلامية بأنها (النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل).

ويلاحظ على هذا التعريف أنه يهمل جوانب عديدة في النشاط الاتصالي الذي تمثله الحملة، وهي:

أ. المصدر (القائم بالحملة الإعلامية)

ب. الجمهور المستهدف في الحملة

ت. أهداف الحملة الإعلامية.

التعريف الثاني:

يعرّف دينيس ما كويل (DENIS MCQUIL) الحملة الإعلامية بأنها (جهود اتصالية وقتية

تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه

وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع

والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل وغيرها).

ولا يشير هذا التعريف إلى:

أ. الوسائل التي ينبغي أن تعتمد عليها الحملة الإعلامية في إيصال رسائلها

ب. يفترض إن جميع الحملات تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية مقبولة، في حين أن أدبيات

الحملات الإعلامية تؤثر لنا العديد من الحملات التي تتناقض مع هذا المفهوم ولا تعتمد

عليه، مثل بعض الحملات الدعائية السياسية التي تعتمد على التضليل والخداع لتحقيق

أهداف مغرضة أو حملات تحديد النسل في مجتمع محافظ.¹

التعريف الثالث:

ويعرّف كاتال مفاهيم رئيسية في عملية الاتصال الحملة الإعلامية بأنها:

1 - د.محمد محمود دهيبية ، الاعلام المعاصر . الاردن : عالم المعرفة ، ط1، 2010، ص 11-12.

(عملية إقناع منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الإعلام الجماهيرية وتتوجه إلى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الأهداف، ويمكن أن تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص في سعيهم لتحقيق مصالحهم الخاصة).

يتصف هذا التعريف بالشمولية في كثير من جوانبه إلا أنه:

أ. لا يشير إلى استخدام وسائل الاتصال الشخصي في الحملة على الرغم من الأهمية الكبيرة التي تضطلع بها هذه الوسائل في الحملات.

ب. يفترض إن القائم بالحملة الإعلامية، مؤسسات ومجموعات وأشخاص يسعون إلى تحقيق مصالحهم الخاصة، فيما نرى إن العديد من الحملات تكون لها أهداف نبيلة تسعى إلى خدمة المجتمع، وليس المصالح الخاصة، كما في حملات التنمية.

ت. يهمل عنصر الزمن في الحملة.¹

التعريف الرابع:

أما بيسلي (PAISLEY) فيعرّف الحملة بأنها:

(نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وإن مفهوم إعادة التشكيل يعدّ من أهم السمات التي تميّزها كنشاط اتصالي ساء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي، أو على مستوى أنماط الحياة الفردية). وعلى الرغم من إن هذا التعريف يركز على جوانب مهمّة من الحملة، ومنها التأثير وأسلوب التعامل مع الجمهور، إلا أنه:

أ- لا يحدد طبيعة القائم بالحملة الإعلامية

ب - لا يحدد الوسائل التي تستخدم في نقل مضامين الرسائل التي يعدّها القائمون على الحملة.

ت - لا يشير إلى الفترة الزمنية للحملة.

1 - د. محمد محمود ذهبية، مرجع سابق الذكر. ص 12-13

التعريف الخامس:

ويعرّف الدكتور إبراهيم أبو عرقوب الحملة فيقول: (هي عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلام في فترة زمنية محدّدة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك). ويهمل هذا التعريف عددا من العناصر التي تقوم عليها الحملة منها:

أ. القائم بالاتصال

ب. أهداف الحملة

ت. جمهور الحملة

ث. كما يبدو متناقضا في تحديده للفترة الزمنية التي تستغرقها الحملة، فهو يذكر إن الحملة خطة قصيرة الأمد، وفي الوقت نفسه يؤكد بأنها تمتد إلى سنة.¹

التعريف السادس:

وترى الدكتورة سامية محمد جابر: إن الحملة (هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان، وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محدّدة تخطط من أجل إنجازها، وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة).

ويقترّب هذا التعريف من إعطاء صورة متكاملة لمفهوم الحملة إلا أنه يتجاهل وسائل الاتصال الشخصي في الحملة.

التعريف السابع:

1 - د. محمد محمود ذهبية ، مرجع سابق الذكر . ص 13-14

ويقول الدكتور كرم شلبي إن مفهوم الحملة هو: (الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة معه شيء أو ضدّ شيء معين). ولا يتطرق هذا التعريف إلى عنصرين أساسيين تقوم عليهما الحملة الإعلامية، وهما:

أ. القائم بالحملة

ب. الجمهور الذي تتوجّه إليه.

الفصل الأول: أساسيات ومبادئ

تعريف الإعلام¹:

هو تزويد الناس بالأخبار الموضوعية والمعلومات الدقيقة والحقائق، كل ذلك بهدف تكوين رأي حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، وهذا الرأي الذي يكون معبراً تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم .. وميولهم.

فالإعلام يهدف إلى الإقناع عن طريق بثّ المعلومات والحقائق مع دعمها بالأرقام والإحصائيات.

ومن هنا يتضح أن الإعلان هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق ... والأخبار الصحيحة .. والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي ... والمعرفة .. والإدراك .. والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية وبما يسهم في تنوير الرأي العام.

فالإعلام هو:

1- سعيّ إلى الرقيّ بالعقل وتقديم ثقافة متميّزة له، ومحاربة الشائعات والخرافات

2- يهدف إلى الشرح... والتوضيح ... والتبسيط.

¹ النظام الإعلامي الحديث، د. مصطفى الحمدي، الكويت، عالم المعرفة، ص 26

3- نشاط اتصالي يتمتع بكافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية، وهي مصدر المعلومات والوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل إلى المستقبلين للمادة الإعلامية.

4- يعتمد على الصدق .. والصراحة والدقة.. وعرض الحقائق الثابتة دون تحريف.

5- يقدم الترفية من خلال فنون الصحيفة التي تناسبه.¹

المطلب الثاني : أهداف و وظائف الإعلام

للإعلام خمس وظائف رئيسية، وهي:

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات

ثانياً: زيادة الثقافة والمعلومات

ثالثاً: تنمية العلاقات البينية وزيادة التماسك الاجتماعي

رابعاً: الترفية وتوفير سبل للتسلية وقضاء أوقات الفراغ.

خامساً: الإعلان والدعاية

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

من المتعارف عليه أن المدرسة تولي مهمة التوجيه، باعتبار أن الطالب يقضي قسماً مهماً من حياته فيها؛ لكن المجتمع بجميع مؤسساتها الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له طور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد.

من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات،

خاصة وأن المجتمع ليس كله طلاباً، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو

الاستمرار في الدرس والتحصيل.²

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع

يتم بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما

كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلاً أن تخاطب

1 - د. مصطفى الحمدي، النظام الإعلامي الحديث. الكويت، عالم المعرفة، ص 27

2 - زهير احدان، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص 14.

الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام، والحجج الفكرية والفلسفية.

ثانياً: زيادة الثقافة والمعلومات

التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض، أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من قبل جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له . بدون أن يكون هو المقصود بالذات . معلومات وأفكارا وصورا وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعتة فينتاجاً بجريد حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمّل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء .

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ ولكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

ثالثاً: الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية

ويعرّف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من أنواع التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فإنها تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراد من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وليست صفحة الولادات والوفيات والشكر بصفحة

عابرة وغير مهمة في الصحف، بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين فئات الجماهير.¹

وأمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة أو الفن أو المجتمع أو الأدب.
رابعا: الترفيه عن الجمهور وتسليته

وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف مهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسلٍ ومرفهِ؛ وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية في الصحف أو كالب برامج الكوميديا في التلفزيون. في الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبها إليها؛ وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفية موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام.
خامسا: الإعلان والدعاية

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضعاً للتعفيذ... الخ

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأحيانا إذاعة... أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسنات بشكل عام.
هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهي وأن جرى حصرها في خمس وظائف، لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام الملم والمربي وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج

1 - زهير احدان ، مرجع سابق الذكر. ص 15.

التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام إنما تلتقي بوظيفة التثقيف، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأشمل، إلى درجة يمكن القول معها أن الولد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك ... وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها.¹

يذكر رجال الإعلام المعاصر أن للإعلام أهدافا وغايات نهائية الواجب الوصول إليها من خلال العمليات الإعلامية، ويحددون الأهداف في الأمور الآتية:

01. توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس (الاختيار)
02. نقل التراث الثقافي من جيل إلى آخر، والمساعدة في تنشئة الجيل الجديد من الأطفال أو الوافدين الجدد على المجتمع، وهذا ما يطلق عليه : التثقيف، التعليم والتربية.
03. الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.
04. مساعدة النظام الاجتماعي، وذلك بتحقيق الاجتماع والاتفاق بين أفراد الشعب أو الأمة الواحدة عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة.

وهذه الأهداف في المفهوم الجاهلي الغرض من تحقيقها الوصول إلى الغاية النهائية الممثلة في : (السيطرة والتحكم في العقل الإنساني وسلوكه)، وليقبل هذا الإنسان أحد معاني الاستبعاد البشري التي تنتهجها السلطات الجاهلية القائمة في هذه الأرض أو في جزء من أجزائها وفي و أي عصر من العصور أيضا هناك أهداف ووظائف الإعلام أخرى :

1. تهيئة أفراد الجماعة البشرية للمعيشة معا في أمان، ووثام اجتماعي في إطار العلاقات

السائدة

¹ - زهير احدادن ، مرجع سابق الذكر. ص 15 و 16.

2. إعداد المواطنين للقيام بدور فعال في عمليات الإنتاج، والخدمات والإدارة... أيّ إعدادهم للعلم، أو تأهيلهم مهنياً.

3. مساعدة المواطنين للاستمتاع بأوقات فراغهم من خلال الترفيه... أو الترويح عن أنفسهم.¹

المطلب الثالث: خصائص الإعلام:

وصل الإعلام الحديث إلى مرحلة اكتسب فيها صفات مهمّة، فهو كعملية اتصال إعلام سريع، منظم، مكثّف، شامل، مشترك، ومن حيث نتائجه فهذا إعلام، تعليمي، فعال، جماهيري، عنصر توجيه وتقريب.

أ. صفاته كعملية اتصال:

1. سريع:²

المقصود بذلك هو نقل الخبر في أقصر وقت ممكن، وفي أقصر صيغة ممكنة، على صعيد الوقت: إن السرعة في نقل الأخبار مرتبطة ارتباطاً فعلياً بتطور التقنيات الحضارية، والتي أنتجت الحضارة المعاصرة، فالتقنيات الحديثة ألغت دور الحصان ناقل الرسائل، أو الرسول الذي كان يسير على قدميه، واستيعض عن ذلك بوسائل اتصالات ونقل مباشرة وغير مباشرة، سلكية ولا سلكية، والسباق في الإعلام الحديث هو نقل أكبر كمية ممكنة من المعلومات وفي أقل كلمات ممكنة، وإذا كان هناك من سباق بين وسيلة الإعلام ووسيلة إعلام أخرى فهو في سرعة النقل ليس إلا، ثمّ في صدق الخبر وفي معلوماته، ولكن نقل خبر سريع وإن كانت نسبة صحته ليست 100% أفضل من إرجاء الخبر لاستكمال معلوماته بشكل تام.

2. منظم:

من صفات الإعلام الحديث أنه منظم، والتنظيم هنا هو أساس الإعلام الحديث تنظيم في استقصاء المعلومات وفي جمعها وفي كتابتها وصياغتها وتنظيم في التأكد من صحتها، ثم في نقلها، وبعد ذلك في توزيعها (تحريرياً، أبواب مختصة)، وتنظيم في توزيعها مادياً: أي وسائل

1 - د. محمد الصيرفي، الإعلام . الاسكندرية : دار الفكر الجامعي ، 2009 ، ص 16
2 - د. محمود عبد اللطيف، الإعلام والإعلام الزراعي، ص 258 وما بعدها

التي تتوالى النقل، كل ذلك يجعل من الإعلام الحديث إعلاماً منظماً يتم في خطوات مدروسة ومعروفة مسبقاً.

إن تقسيم العمل، التخصص الإعلامي في الجامعة، العمل في فرع محدد من الإعلام... الخ، كلها تعبير عن الإعلام الحديث المنظم، ففي العمل الصحفي مثلاً: هناك المخبر الصحفي، وهناك المحرر، هناك عامل صف الأحرف، هناك مصحح الجريدة، ثم هناك أنباء اقتصادية وأخرى سياسية... الخ، وهكذا فتقسيم العمل في الحقل الإعلامي هو صفة الإعلام الحديث، وصفة رئيسية من صفاته أي التنظيم.

3. مكثف:

من صفات الإعلام المعاصر أنه يمكن تكثيف هذا الإعلام، ونقصد بذلك إمكانية حدوث عمليات إعلامية متعددة، في آن واحد، إذ يمكن للصحيفة أن تتولى نقل الأخبار، الدعاية لسلع معينة، توجيه الرأي العام، تقديم كافة أشكال الترفيه والتسلية... الخ، كل ذلك في إطار صحيفة واحدة، ومن هنا تمكنت الأجهزة التقنية الحديثة من تلکس، وتلبرنترن، تتولى نقل الرسائل الإعلامية بشكل كثيف ومتواصل.

4. الإعلام الحديث شامل ومشارك¹:

أي يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات، فلم يعد الإعلام فقط تلك السلطة الرابعة أي مجرد نقل سياسي، بل بدأ يشمل جوانب الحياة كلها من سياسة، اقتصاد، اجتماع، ثقافة، حوادث... الخ، وأصبح لدينا إعلام خاص بقطاعات محددة في المجتمع، فهناك صحف ومجلات مختصة بالسياسة، وأخرى بالاقتصاد، وغيرها بالمرأة، وغيرها بالعلاقات الاجتماعية، وغيرها بالأدب، والفن والثقافة... الخ، وهذا بالطبع نتيجة للتطور الذي شهدته أجهزة الإعلام والإعلام ككل.

إن صفة الشمول في الإعلام الحديث، ليست فقط في الموضوعات، وإنما أصبحت في التوجه للمرسل إليه، سواء كان قارئاً أو مستمعاً، أم مشاهداً، فالإعلام الحديث يتوجه لكافة قطاعات

¹ د. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي - دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص 111

الناس والشعب ككل، فهو يشمل كل من يستطيع القراءة، أو من يستطيع السمع، أو المشاهدة، أي باختصار يتوجه إلى كل من لديهم وعي وفهم واستيعاب، وأما الإعلام المعاصر كإعلام مشترك عائد إلى أن أدواته قد مكنته من الانتشار وتغطية أكبر رقعة ممكنة جغرافيا وبشرياً لأنه أيضاً مشترك في موضوعاته.

ب. إعلام حديث من حيث النتائج:

يُعتبر الإعلام الحديث بما يورث من نتائج مختلفة كليّة عن الإعلام سابقاً، ولقد وصلت نتائج الإعلام إلى مستوى من الخطوة تجسد في تغيير مواقف، تجميع قوى، تهديد أنظمة حكم، تكثيف رأي عام، وأحياناً عندما ينجرّف الإعلام الحديث عن مهنته يورث تزوير الحقائق في كل ذلك يبدو الإعلام إذا ما نظرنا إلى نتائجه كعملية اتصال، سلاحاً، خطيراً، سلباً، أو إيجاباً، واسع التأثير في الرأي العام، وتأتي خطورة هذا السلاح ممن النتائج المتحصّلة عن عملية الاتصال نفسها، وبشكل أوسع من العملية الإعلامية ككل فالإعلام الحديث هو¹:

1- تعليمي:

الإعلام ناقل للمعلومات من طرف إلى آخ إذ لا إعلام بدون نقل معلومات؛ والإعلام هنا يلتقي بالتعليم، وإذا كان التعليم ذا أهمية بالغة في كافة حقول المعرفة فالإعلام كذلك، فالإعلام الحديث عملية تعليمية بما ينقله من المعلومات، وهذا شرط أساسي كما أن الإعلام الحديث، مطالباً بالتنقيف والتوعية، ويتطلب هذا توافر معلومات.

2- الإعلام الحديث فعّال ومحرك:

تأتي فاعلية الإعلام الحديث من حيث طبيعة عملية الاتصال ككل، بما تقوم عليه من شمول ومن سرعة في النقل ومن معلومات طبعاً، فالمعلومات فاعليتها، كما لسرعة نقل المعلومات أثر كذلك هذا إلى جانب شمول المعلومات جمهوراً واسعاً يجعلها فعالة بشكل حاسم، إن العملية الإعلامية بمخاطبتها المباشرة للفرد أو الجمهور، إنما تنير في النفس كوامن واستعدادات ما كانت لتحدث ولو لم يوجد الإعلام ويبعثها فكثير من العاملين في حقل الإعلام

¹ د. عبد العزيز شرف - الإعلام ولغة الحضارة - دار المعارف، القاهرة 1977، ص 17

ساهمت العملية الإعلامية في تطوير شخصياتهم وفجرت مواهبهم وبعثت شخصياتهم الكامنة وصححت سلوكا أو انحرفت به إلى آخر ما هنالك، ومن أمثلة ذلك ما للصحافة الصفراء من أثر في انحراف الأفراد والجماعات أخلاقيا واجتماعيا بشكل عام (لترويج المخدرات، الدعوة للتخريب، وتشجيع الجريمة... الخ) وأمثلة أخرى لحديث بما يقدمه من معلومات قد بلور شخصيات قيادية في المجتمعات كان لها دورها التاريخي، فالإعلام المعاصر فعّال إلى أقصى درجات الفعالية.

والإعلام الحديث في نتائجه محرّك للأفراد والجماعات، والمقصود بذلك أن الإعلام بما يوفره من استنهاض همم، أو إثارة العواطف، أو مخاطبة العقول، وإنما يحرك القطاعات الجماهيرية تحريكا واسعا، فالخطيب، المذيع، كاتب المقال، موزع البيان، مخاطب الناس عبر التلفزيون، عاقد الندوة... الخ، وكل هؤلاء يلعبون الدور المحرّك وهو دور يختص به الإعلام المعاصر أكثر من الإعلام سلفا، والسبب في ذلك أن كافة ما توفر للإعلام الحديث من خصوصيات جعلته مميّزا، فالإعلام بشكل عام محرّك الرأي العام، ولكن الإعلام المعاصر تحريكا، ويرجع ذلك إلى ما توفر له من تقنية في نقل المعلومات، وفي تضخيم اللهجة أو تخفيفها، في التمكن من تسجيل كل كلمة تقال أو تبتّ.

3- الإعلام الحديث جماهيري:

هو جماهيري بما يمكنه أن يصل إليه من رأي عام، وهذه الصفة مرتبطة بالصفتين السابقتين متممة لها، إذ أن ميزة الإعلام الحديث، جماهيريته سواء على الصعيد الوطن الواحد أو على صعيد العام كله، فالجماهيرية هنا في القاعدة العريضة التي يتوجه إليها الإعلام، ويستطيع أن يثيرها وذلك بما لديه من وسائل إثارة.¹

4- عنصر تقريب وتوجيه:

يقرب الإعلام المعاصر بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات، ولقد سهلت وسائل الإعلام الحديث ربط شمال الكرة الأرضية بجنوبها، غربها

1 - د. عبد العزيز شرف - مرجع سابق الذكر- دار المعارف، القاهرة 1977، ص17

بشرقها، إلى درجة أن الكرة الأرضية أصبحت مجتمعا واحدا، تتمثل هذه الوحدة في: الإعلام، فالإذاعات ومحطات التلفزيون والصحف، والكتب والمنشورات، كلها تقرر تلك الوحدة وتجعلها حقيقة فعلا، وإن كثيرون يدعون معرفة بدا ما دون زيارته معتمدين في ذلك على ما وفره الإعلام من معلومات، من ممّا زار الأسكيمو في الشمال؟، ورغم ذلك نستطيع أن نتحدث عن بيوتهم وعربات الكلاب التي ينتقلون بواسطتها، إن تلك المعلومات كلها وفرتها الأفلام التلفزيونية، والصحف والكتب، وفرّها الإعلام الحديث. وكذلك يمكن القول بأن الإعلام الحديث أداة تقريب فعلية بين الشعوب، وذلك عندما يتولى الإعلام عملية التفاهم، وتبادل الخبرات والمعلومات، وعندما يتولى أحيانا وقف الأزمات وتعطيلها، ألم تتوقف حروب على تصريح بثته إذاعة؟ أو على العكس: ألم تنشب معارك بسبب خبر نشرته صحيفة؟.

أما الدور التوجيهي الإعلامي الحديث، فقد ظهر في خبايا ما أوردناه من صفات الإعلام ككل فالإعلام الحديث أيا كان انتماءه السياسي يلعب دور التوجيه، فمجرد نشر خبر فإنه يستهدف التوجيه بنسبة مرتفعة أو قليلة، إن كل ما يمارسه الإعلام الحديث من أشكال وصور إعلامية له دور توجيهي، مقصودا كان أم غير مقصود، وفي الحالتين هناك قصد، فلا إعلام بدون قصد.¹

1- د. عبد العزيز شرف - الإعلام ولغة الحضارة - دار المعارف، القاهرة 1977، ص 18

المبحث الثاني : وسائل الإعلام

المطلب الاول : تعريف وسائل الإعلام:

قبل التعريف بوسائل الإعلام، يستحسن التطرق إلى معنى الإعلام في حد ذاته حيث تمّ تعريفه من قبل العديد من الباحثين:

- تعريف الإعلام لغة: مشتق من أعلم، ومصدره الإعلام، وهو يعني في اللغة الإخبار، الأنباء¹

- يتقارب معنى الإعلام مع معنى التعليم، فالتعليم مشتق من علم يقال²: (عَلِمَهُ كَسَمِعَهُ علما . بالكسر . بمعنى عرفه وعلم هو في نفسه).

وعلى هذا الأساس فإن التعليم والإعلام أصلهما واحد وهو الفعل: عَلِمَ؛ إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم اختص بما يكون بتكرار وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم.

- إذا كان معنى الإعلام يشترك مع معنى التعليم في الدلالة، فإنه مع التقدم الصناعي الحديث وإنتاج وسائل ذات تأثير سريع مثل الصحافة والمذيع، والإعلام المرئي، والانترنت استقل بمسمى خاص ووظيفة خاصة وصار يشارك التعليم في الهدف والغاية.

• اصطلاحا:

لم يقتصر المعنى الاصطلاحي للإعلام على المعنى اللغوي وهو مجرد الإخبار والتبليغ بوجه سريع، بل تجاوزه إلى معنى يتناسب مع وظيفته الحديثة؛ فهو تعبير عن ميول الناس واتجاهاتهم وقيمهم.

كما يعرف بأنه: نشر المعلومات والأخبار، والأفكار، والآراء بين الناس على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير.

¹ زواوي الحاج سعيد؛ اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع (جامعة: بسكرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم: علم الاجتماع)، 2012//2013، ص:112

² عبد الرزاق محمد الدليمي؛ وسائل الإعلام والاتصال، (عمان: دار الميسرة، 2012)، ص:50

- يتضح من هذا التعريف أن الإعلام يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والثابتة والتي تساعد على تكوين رأي عام حقيقي يعبر عن اتجاهاتهم وميولاتهم تعبيراً موضوعياً.

فإذا كان هذا التعريف قد ركّز على المضمون دون الوسائل، فإن هذه الأخيرة يمكن تعريفها كالتالي:

وسائل الإعلام: يقصد بها في الأصل جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام وإيصال المعلومات إلى الناس بدءاً من ورق الصحيفة وانتهاء بالحاسبات الآلية، والأقمار الاصطناعية، إلا أن وسائل الإعلام بصفة أو كما تسمى (وسائل الاتصال الجماهيري) تنقسم بصفة عامة إلى وسائل مقروءة، سمعية، ووسائل بصرية وسمعية¹.

- قد تمّ التركيز في هذا التعريف على وظيفة وسائل الإعلام كأدوات لتوصيل المعلومات إلى المجتمع، وهي تنقسم بدورها إلى وسائل سمعية وبصرية ومقروءة.

- في القاموس السياسي الانجليزي . الأمريكي: فهو تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس ويقصد به . بمعناه الأصلي . جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وراديو وسينما وتلفزيون وكتب وإعلانات، التي تتجه إلى القطاعات الواسعة من الناس وتعتمد على تقنية صناعية متطورة تسمح لها أن تصل إلى هؤلاء الناس من دون أي عائق؟²

- ففي هذا التعريف يتضح أن وسائل الإعلام تعمل على نشر الثقافة، وهذا بمختلف أنواعها من صحافة وراديو، وتلفزيون ... الخ، وهي توجه إلى جميع أفراد المجتمع مركزاً بذلك على الصفة العمومية، كما يتم الاعتماد على التطور التكنولوجي لهذه الوسائل الذي يسهل من مهمة إيصال المعلومة إلى المجتمع.

- أما تعريف محمد جميل حمامي هي أحد أشكال الاتصال الجماهيري، ويقصد بالاتصال؛ عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة، فهو من أهم الظواهر البشرية

¹ محمد منير حجاب؛ وسائل الاتصال (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008)، ص:349
² عبد الوهاب الكيالي وآخرون؛ موسوعة السياسة، الجزء السابع، (بيروت: مطبعة العلوم، 1994)، ص: 289

الاجتماعية لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع وهو الضرورة البشرية الملحة المستمرة

التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لأجل إشباع حاجاته المتعددة.¹

- يتضح من هذا التعريف أن وسائل الإعلام بشكل من أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعي كظاهرة نتجت عن التفاعل بين الفرد والمجتمع، وهذا بهدف إشباع حاجات الفرد المتعددة من خلال التعامل معها مدى الحياة.

• من خلال هذه التعاريف، يمكن استخلاص ما يلي:

- وسائل الإعلام هي أدوات لتوصيل المعلومات إلى المجتمع

- أو هي وسيلة لنشر الثقافة

- وسيلة التفاعل الاجتماعي التي تربط بين أفراد المجتمع

• من جملة ما تقدّم يمكن تعريف وسائل الإعلام كما يلي:

هي كل من الأدوات الإعلامية المقروءة (كالمصحف، والمجلات) والمسموعة (المذياع)،

المرئية (التلفزيون) التي تنقل للأفراد الخبر والحدث والمعلومة، وبدخول العالم مرحلة الانترنت

أخذت الثورة الاتصالات بعدا جديدا غير مسبوق وأصبحت مواقع الانترنت والبريد الإلكتروني

يلعبان دورا متزايدا في تسهيل تدفق المعلومات بسرعة مذهلة وتكلفة اقتصادية بسيطة، وهذا

حسب اختلاف أنواعها فمنها المسموعة، والمقروءة والمكتوبة تستخدم حسب الموقف والحدث.²

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص:63

² د. عبد الوهاب الكيلاني و اخرون ، مرجع سابق الذكر. ص 355.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الإعلام

تعددت وسائل الإعلام واختلفت تاريخيا فمنها وسائل علمية، وسائل مسموعة، ووسائل مقروءة، تستخدم حسب متطلبات الموقف السياسي والعسكري والإعلامي، والحدث المفروض تغطيته وإيصاله للمتلقي بحيث تطورت المؤسسات الإعلامية ووسائل الإعلام، واتّبع أساليب وطرق علمية مهنية وتقنية مدروسة وقد تمّ تقسيمها كما يلي:

• الوسائل التقليدية: هناك العديد من وسائل الإعلام التقليدية منها:

أ) الصحافة المكتوبة: ترجع جذورها من (القرن 19 إلى النصف الثاني من القرن 20)، هناك جزء بارز من الصحافة المكتوبة يطلق عليها صحافة الرأي، بمعنى أنها تخلق فضاء للتعبير (للشعب)، حيث تكون موضع جدل ومعارضة المؤسسة على الموضوعية والحياد للأحداث¹. حيث تعرف بأنها الأداة التي تمدّ الرأي العام بأكثر الأحداث الآتية، وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة، كما تعرف بأنها العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الشارحة إلى جمهور القراء من خلال المطبوعة لتحقيق أهداف معينة، وتتكون من الجرائد والمجلات².

• أنواع الصحف وتنقسم إلى :

- التقسيم الدوري: اليومية، وصف أسبوعية، نصف شهرية، الشهرية
 - التقسيم الموضوعي: الصحف العامة
 - التقسيم الإصداري: الصحف المركزية، الصحف الإقليمية، الصحف الدولية.
- وتتميز الصحف بجملة من الخصائص تتمثل في:³
- نشرها مساحات واسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث والأخبار اليومية والتعليق عليها.

¹ Theodors Kout roubas .Marc lis : Communication politique et lobbving. (Bruxelles: édition de Boek université; 2011); p:17.

² قاسم نسرين؛ دور وسائل الإعلام والاتصال في تفعيل السياسة العامة – نموذج قطر – مذكرة لنيل شهادة الماستر (جامعة: بسكرة، كلية: الحقوق والعلوم السياسية والعلاقات الدولية)، 20013//2012، ص:19

³ نفس المرجع، ص:20

- يمكن قراءة الصحف بالسرعة التي تتناسب مع القارئ، كما يمكن قراءتها أكثر من مرة وفي أي مكان

- أسعار الصحف رخيصة مقارنة بغيرها من الوسائل.

ب) التلفزيون: يعرف التلفزيون لغويا: مكونا من مقطعين:

Télé: معناه عن بعد ، Vision: معناه الرؤية أي الرؤية عن بعد

عمليا: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات

الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية¹.

ويعرّف أنه: " وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد عن طريق الدفع الكهربائي

بمعنى بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية"

- يتكون التلفزيون من القنوات الفضائية؛ والمحلية، وهي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محدّدة ومعروفة، تحدد عموما بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثّها على قمر من القنوات، وتبثّ هذه القنوات مجموعة من البرامج مثل: نشرة الأخبار، الأفلام، الوثائقية.. الخ.

ج) الإذاعة: قد تكون الإذاعة الآن من الوسائل الفعّالة في توصيل الرسائل إلى جماهير

عريضة، فهي تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظرا لبساطتها².

كما أنها كثيرا ما تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى لربط المجتمعات بعضها ببعض،

وإذا كانت وسيلة للتعبير في الراديو كما يشار لها، فإنها تستطيع عن طريق النص الجيد

والإخراج الدقيق والإحساس الواعي وحسن استغلال الإمكانيات الإذاعية أن تصل إلى استشارة

خيال المستمع فتجعله يعيش في أحداث البرنامج الإذاعي.

- الوسائل الإلكترونية: ارتبطت وسائل الإعلام الإلكترونية بمفهوم الإعلام الجديد.

¹ محمد صاحب سلطان؛ وسائل الإعلام والاتصال - دراسة في النشأة والتطور - (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011) ص:31

² عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص:56

الانترنت: كلمة انترنت (Internet) هي اختصار الكلمة الإنجليزية Network International ومعناها شبكة المعلومات العامة، الشبكة التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية، ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم (Serveur) التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة، كما تسمى أجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين¹.

فالانترنت هي وسيلة اتصال تكنولوجية عالية الجودة واسعة الانتشار، تتميز بالاستقلالية واللامركزية لها أدواتها وقواعدها الخاصة، لها مستعملها وزبائنهم وتوفر مجموعة لا تحصى من الخدمات في شتى المجالات وخاصة في مجال المعلومات.

خدمات الانترنت: للانترنت خدمات عديدة منها:

- ❖ الصحافة الإلكترونية : تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة، هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر².
- ❖ البث التلفزيوني: يستخدم تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية، وذلك بالاعتماد على برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث.
- ❖ إذاعة الانترنت: عبارة عن تطبيقات برامج صوتية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل المواد الصوتية (audio) أو الفيديو (Video).
- ❖ البريد الإلكتروني: هو إرسال الرسائل من حاسوب إلى آخر عبر الشبكة وإلى المستخدم في أي مكان.

¹ أجفو علي: الصحافة الإلكترونية العربية الواقع والأفاق، مجلة المفكر، العدد: 01 مارس 2006، ص: 105

² قاسم نسرين، المرجع السابق، ص: 23

❖ شبكات التواصل الاجتماعي: وهي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء ومن أشهر مواقعها: القيس بوك، التويتر، اليوتيوب ... الخ¹.

- فهذا الاختلاف والتنوع لوسائل الإعلام أدى إلى تنوع وظائفها أيضا من توجيهه وتنقيف ... الخ، للمجتمع والفرد.

¹ نفس المرجع، ص:24

المطلب الثالث: وظائف وسائل الإعلام:

للإعلام عدّة وظائف رئيسية هي:

أ) التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر، وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة، ومحتوى، ازداد تأثيرها فلا يعقل أن تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية.¹

ب) زيادة الثقافة والمعلومات: التثقيف العام هدفه هو زيادة الفرد بواسطة الإعلام، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

والتوجيه العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم لها . دون أن يكون هو المقصود . معلومات وأفكار وصورا وآراء .

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية والاقتصادية أو سياسية تبث إليهم عبر الإذاعة والتلفزيون.²

ج) الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها؛ فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الأفراد والجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير .

د) الإعلان والدعاية: تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص: 218
² بن عودة العربي؛ إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع، مذكرة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة وهران، كلية: العلوم السياسية والإعلام، قسم: علوم الإعلام والاتصال)، 2006، ص: 88

وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن أجزاء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ... الخ¹.

تعدّ وسائل الإعلام مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال بين الفرد والمجتمع، فقد استطاعت على تنوعها من صحافة وتلفزيون، إذاعة أمام تعقيد الحياة، وتعدّ ما فيها من اختراعات، صناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور انطلاقاً من وظائفها المختلفة كالتوجيه، التثقيف، الاتصال... الخ.

¹ نفس المرجع السابق، ص: 89

الفصل الثاني : الرأي العام

مبحث تمهيدي

المبحث الأول : ماهية الرأي العام

المطلب الأول :نشأة مفهوم الرأي العام

المطلب الثاني : تعريف الرأي العام

المطلب الثالث : أهمية الرأي العام

المبحث الثاني : دراسة الرأي العام

المطلب الأول :مراحل تكوين الرأي العام

المطلب الثاني : أنواع الرأي العام

المطلب الثالث : قياس الرأي العام

مبحث تمهيدي :

ازداد الاهتمام بدراسة الرأي العام في العصر الحديث نتيجة لازدياد أهمية الجماهير و انتشار
النظم الديمقراطية بصفة خاصة، والنظم التي تقوم على أساس شغل المناصب الأساسية في
المجتمع عن طريق الانتخابات بصفة عامة، فلم تعد الجماهير كما كانت في الماضي في الدول
الديمقراطية أو الدول غير ديمقراطية، بل انه من أهم سمات المجتمع الحديث بغض النظر عن
طبيعة الحكم فيه هو الاهتمام بالرأي العام.

المبحث الأول : ماهية الرأي العام

المطلب الأول: نشأة مفهوم الرأي العام

إن الرأي العام قديم قدم البشرية، وإن كان كاصطلاح من مصطلحات العصر الحديث الذي تعددت فيه وسائل التعبير عن الرأي العام من الصحافة إلى الإذاعة والتلفزيون، وعندما اكتشف الإنسان الكتابة وما رافقها من ظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام، فكان حكام (سومر) و(بابل)، (أشور)¹، يقيمون للرأي العام وزنا لا بأس به كما تكشف آثار مصر القديمة عن إدراك واضح للرأي العام، وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه الوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون وتقديس الكهان وتشيد المعابد وإقامة الأهرامات، ولم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير في الرأي العام.

وكانت المدن اليونانية أول من أعطى للرأي العام مجالا واسعا لتنظيم شؤون المجتمع²، حيث تحدث الرومان بعد ذلك عن (الآراء الشائعة) ووصلوا إلى مفهوم (صوت الجمهور) أو (صوت الشعب)، وإن كانت الكلمات الإغريقية (casa pfemenomos) واصطلاح (vxo) (populi)، تدل على رأي المواطنين الراغبين في التأثير في الأمور العامة³. ثم جاءت الحضارة الإسلامية من خلال القواعد التي أرسنها بحيث اهتمت بالرأي العام وأعطته سلطات كثيرة تصل إلى حد معصية الحاكم والثورة عليه إن هو خرج عن حدود سلطته المحددة له، وقد وضع الإسلام أصولا هامة منها (مبدأ الشورى) كما اعترف الإسلام بالحقوق والحريات كحق الملكية الفردية والجماعية، وأقام الإسلام حرية الرأي وحرية العقيدة، وغير ذلك من الحريات العامة.

وابتداء من كتابات ميكيا فيلي وروسو* حدث تطور معتبر عن الكيفية حيث تناول الفكر الفلسفي ما يسمى بـ (الرأي العام)، فقد اعتبره عنصرا يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة.

¹ محمد نصر مهنا، علوم السياسة: الأصول والنظريات، (مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 2009)، ص: 259

² سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص: 16

³ نفس المرجع السابق، ص: 17

* روسو (1712 - 1778) : أول فيلسوف يستخدم تعبير الرأي العام ومن أهم كتاباته العديدة، كتابه في العقد الاجتماعي، ويمكن اعتبار الفكرة الأساسية وراء العقد الاجتماعي، هو موضوع الوحدة (وحدة البناء الاجتماعي نفسه).

وفي القرن الثامن عشر (18) المسمّى بـ (عصر التنوير) جاءت الثورة الأمريكية وبعدها الفرنسية** كأبرز حدثين يعبران عن دور وقوة الرأي العام، ثم جاء في القرن التاسع عشر المليء بالأحداث والتغيرات حيث قامت الثورة الصناعية، وتطورت الاكتشافات العلمية واختراع وسائل الاتصال الجديدة، حيث أصبح الرأي العام ذو سيطرة وسلطان كبير، كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم، وشهدت نهاية القرن التاسع عشر (جوستاف لوبرون) العالم الاجتماعي الذي كان أحد الأوائل الذين أدركوا فكرة (الجمهور) و (التكتل) الشعبي وتأثيرها في العمل السياسي¹.

وأخيرا جاء القرن العشرون فتوج انتصارات الرأي العام بمزيد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون قد جعل هذا القرن قرن الرأي العام وكان للحرب العالمية الأولى التي شهدها هذا القرن أثر هام في تدعيم الرأي العام فظهور الدراسات النفسية في القارة الجديدة بعد هذه الحرب ركزت على دراسة السلوك، قادت إلى اكتشاف أن أصل السلوك ما هو إلا بعض صور التهيؤ للعمل وأطلقت عليه مفهوم (المواقف)، أو (الاتجاهات) وهذا هو مفهوم ليس إلا الرأي العام في جوهره، أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام، فمختلف هذه التطورات لمفهوم الرأي العام انعكست على مفهومه حيث اختلف حوله الكثير من العلماء والباحثين بحسب توجهاتها وأفكارهم.

** ظهر مصطلح الرأي العام منذ الثورة الفرنسية حيث مثلته النخبة المثقفة، خاصة من خلال صراعها مع الاستبداد، في سنة 1789م، ظهر رفض المواطنين بشكل واسع التعبير عن رأيهم بشأن مسائل وقضايا المملكة، وللمزيد من المعلومات انظر: (Dominique chagnolland : science politique; 7^{ème} (Paris : édition dalloz, 2010); P:260)

¹ سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص:17

² نفس المرجع، ص:18

المطلب الثاني: تعريف الرأي العام

ليس هناك اتفاق عام بين العلماء عن ماهية الرأي العام، فليس هناك تعريف عام له يفهمه الجميع وإنما هناك محاولات عديدة لتعريفه، وفيما يلي بعض تلك المحاولات:

- المعنى اللغوي: يعرّف بعض الباحثين أمثال jhon perters الرأي العام من خلال توضيح كلمتين رأي و عام كل على حدى.

• كلمة الرأي: لغة: تعني الاعتقاد والعقل، والتدبر والنظر والتأمل¹.

- كما تعني كلمة " الرأي " حكم يفتر إلى اليقين ويظل في حاجة إلى التثبيت من حقيقته.

- كلمة عام: تعني الأغلبية، الشامل وعكسه الخاص.

- ويفيد التطور الدلالي لمصطلح " الرأي العام ": بأنه ترجمة حرفية للمصطلح الانجليزي (public opinion) الذي يقابله بالفرنسية (opinion public).

- كلمة " public " : تعني الجمهور، العامة من الناس، وعموم الشعب، كلمة opinion: تعني فكرة، رأي، معقد فكري².

وبالتالي مصطلح الرأي العام (public opinion) تعني بشكل دقيق الرأي العام من الناس.

• فمن خلال المعنى اللغوي للرأي العام يتضح أن: الرأي العام قد يفهم من معنيين، واسع وضيق.

• فالمعنى الواسع: اقتناع واعتقاد لدى الفرد.

• أما المعنى الضيق: حيث يشير إلى الرأي العام كأساس منطقي وحجة لقرار يصدره منبر متخصص. والجزء الثاني (العام) الذي يقصد به الأغلبية بحيث لا تعني هذه الأخيرة

الإجماع أو الاتفاق التام بين أعضاء الجماعة، فهو لا يشير إلى الرأي العام.

- ومجمل القول أن الرأي العام يشير إلى معتقد أو توجه فئة من الأفراد حول أفكار معينة.

المعنى الاصطلاحي:

¹ صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط2، (عمان: دار الشروق، 2009)، ص: 152

* كلمة فرنسية مستحدثة جاءت بها الثورة الفرنسية لتعطي لها مدلولاتها الحديثة

² عبد الكريم علي الديبسي، الرأي العام، (عمان: دار الميسرة، 2011)، ص: 26

يشير إلى التعبير الإرادي عن وجهات نظر الجماهير نتيجة التقاء كلمتها وتكامل مفاهيمها بشأن مسألة تثير اهتمامها وتمسّ مصالحها، وهو ليس مجرد مجموع حسابي للأراء الفردية إنّما هو محصلة تفاعل اكتملت حلقاته ومراحله بين أعضاء الجماعة، وارتضته كأحد البدائل المتاحة لكنه أكثرها ملائمة وأهمية من وجهة نظر الجماعة ككل¹.

ويعرّفه أحمد بدر (الرأي العام): هو لتعبير الحرّ عن آراء الناخبين أو من حكمهم بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء كافية للتأثير على السياسة العامة، والأمور ذات الصالح العام، بحيث يكون هذا التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية.

- تعريف الموسوعة السياسية: الرأي العام: بأنه اتجاه أغلبية الناس في مجتمع ما، اتجاهاً موحداً إزاء القضايا التي تؤثر في المجتمع أو تهمة أو تعرض عليه، ومن شأن الرأي العام إذا ما عبّر عن نفسه، أن يناصر أو يخذل قضية ما أو اقتراحاً معيناً، وكثيراً ما يكون قوة موجّهة للسلطات الحاكمة².
- والرأي العام ليس ظاهرة ثابتة بالضرورة، وقد يتغير إزاء مسألة ما من حين إلى آخر.
- هذا التعريف يعبر عن وجهات نظر تجاه مسألة تثير اهتمامهم وتمسّ مصالحهم، انفق عليها الجميع كبديل يلائم تطلعاتهم وكثيراً ما يمثل قوة موجّهة للسلطات الحاكمة وهو ليس ظاهرة ثابتة، وإنما يتميز بتغير وهذا حسب القضايا والمسائل التي تؤثر في المجتمع، فيمكن أن يكون مؤيداً لها أو معارضاً لها.
- كما يوضح تعريف (أحمد بدر) أن حرية التعبير في إدلاء الرأي إزاء البرامج والسياسات المتبّعة من طرف الناخبين فتمثل قوة الرأي العام من خلال التأثير على السياسات العامة، بحيث يكون ممثلاً لرأي الأغلبية، أو هو الحكم الذي تصل إليه جماعة في قضية ما ذات أهمية الناتجة عن المؤثرات وردود الأفعال المتباينة بين الأفراد جماعة كبيرة من الناس.

¹ عبد الغفار رشاد القصبي، الرأي العام والتحول الديمقراطي، (مصر: مكتبة الآداب، 2004)، ص: 63
² عبد الوهاب الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة، الجزء الثاني، (لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1991)، ص: 803

❖ ويعرفه يونغ (Young): الرأي العام حكما اجتماعيا لمجتمع واع في مواجهة قضية هامة بعد مناقشات علنية وعقلية.

- يوضح الباحث أن الرأي العام هو عبارة عن حكم توصل إليه المجتمع تميز بوعي الأفراد؛ وهذا ما يعكس المستوى الثقافي ودرجة المسؤولية في معالجة القضايا والمسائل التي تؤثر على مختلف جوانب حياتهم، كما يمثل اتجاه علنيا حول قضية معينة تتصل بمصلحته الأساسية¹.

من جملة التعريفات السابقة للرأي العام، يمكن أن نخلص إلى تعريف شامل على النحو التالي: الرأي العام: هو خلاصة مجموعة الآراء، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو موضوع أو القضايا الجدلية قد تكون اجتماعية أو اقتصادية، سياسية أو تربوية، كما تكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي، دولي وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور، ويثار حولها الجدل، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي تعلق به.

- فمن التعريفات السابقة فإن طبيعة الرأي العام وخصائصه تتوقف على العديد من العوامل والمتغيرات ومن أهمها وأبرزها:

1- وجود قضية أو مسألة: القضية هي موضوع . مع احتمال عدم الاتفاق حوله . وهو اهتمام عام من المجتمع وليس الفرد فقط.²

2- طبيعة المجتمع: وهم جماعة معينة من الأفراد مهتمة بقضية ما، ويتكون الجمهور من أولئك المتأثرين بالقضية أو الواعين لها، وليس هناك جمهور عام ولكن هناك جماهير عديدة خلقتها قضية تهتم بها هذه الجماهير.

3- مركب الأفصليات لدى الجمهور: وهو يشير إلى كلمة (مجموعة) آراء أعضاء الجمهور (العامة) حول قضية ما ويتضمن؛ فكرة توزيع الرأي واتجاهه وكثافته، ولكن تعبير مركب

¹ محمد محمد البادي؛ مدخل إلى دراسة الرأي العام، ط02، (مصر: دار المهندس للطباعة والنشر، 2006)، ص: 81
² صالح خليل أبو أصيب، المرجع السابق، ص: 153.

الأفصليات يعني أكثر من مجرد الاتجاه والكثافة، إنه يعي كذلك جميع الآراء الفردية التي يحملها الجمهور حول موضوع تجمعوا حوله.

4- التعبير عن الرأي: ويعني التعبير عن وجهات النظر المختلفة التي تتجمع حول قضية ما¹، بحيث يأخذها من يصنع القرار بالحسبان عند التعامل معها وهو ليس شاملاً لكل من يعيش في المجتمع كما أنه ليس ثابت بل يتغير المسائل موضع الاهتمام. إن تعدد التعريفات حول الرأي العام أضفى صفة التنوع عليه حسب العديد من المعايير والتصنيفات المختلفة للباحثين.

¹ هيثم هادي الهيتي؛ الرأي العام بين التحليل والتأثير، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 58

المطلب الثالث: أهمية الرأي العام

لأن الرأي العام هو نتاج جمعي، لهذا فهو يمثل المجتمع معبأ للعمل نحو الموضوعات التي تهمة، ومن ثمّ يسهل تنسيق العمل، أي يتجه دائماً نحو اتخاذ القرار على الرغم من أنه لا يتسم بالإجماع، لهذا لا يمكن تجاهل قوة تأثير الرأي العام في تحقيق أو تعطيل البرامج والإصلاحات في مختلف مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كذلك تعقد بموجبه الاتفاقيات وتبرم المعاهد كما تعلن الحروب، لذا تسعى الحكومات بوسائل متعددة التعرف على الرأي العام تجاه المشكلات التي تواجهها، يفهم من هذا أن الرأي العام هو وسيلة الشعوب لإيجاد قنوات اتصال بينها وبين حكوماتها، وبالمقابل يحاول قادة الحياة العامة والحياة الاجتماعية والاقتصادية استثماره من أجل دعم الاتجاهات التي تحقق أهدافهم وإضعاف الأخرى المعيقة، كما في العلاقات العامة والتربية والتعليم والإدارة والتدريب والتثقيف والتوعية وفي مكافحة التعصب ومجال التفاهم والسلم الدوليين وفي العلاج النفسي وغير ذلك. ولعل الرأي العام هو خير ما تتوسل به الدول النامية لدفع عمليات التنمية الوطنية، وتغيير أنماط حياة الناس وتأهيلهم نفسياً لهذه التغيرات ودفعهم للمشاركة في الأنشطة الحيوية والقضاء على ظواهر اللامبالاة والسلبية.. وذلك بسعيها نحو تكوين رأي عام سليم قائم على المعطيات العلمية التي تدحض تلك الشائعة غير العلمية وتحل محلها، مستعينة لذلك بوسائل الإعلام ومؤسساتها المختلفة.¹

يحوز الرأي العام أهمية بالغة كقوة من قوى الوجود السياسي، فإذا كان الرأي العام أهمية بالغة كقوة من قوى الوجود السياسي، فإذا كان الرأي العام يمثل تعبيراً سلوكياً ينبع من تفاعلات الشخصية العامة للجماعة أو المجتمع فإنه كما هو الحال في السلوك الفردي أو أي سلوك، لا بد أن يتضمن طاقة، وقوة معينة تكون أصلاً وأساساً لحركته، فإذا كانت هذه الحركة عامة (أي شعبية) ألا يعني أن قوة الدفع الحركي، أو قوة الطاقة المحركة لها تكون هائلة، ويصعب مقارنتها مع أي حركة فردية؟؟.

1 - د . قحطان أحمد سليمان الحمداني ، الأساس في العلوم السياسية ، دار مجدلاري للنشر و التوزيع ، عمان الاردن ، ط2 . 1987 . ص 219.

إزاء ذلك تصبح قوة الرأي العام بمثابة الطاقة الفعلية التي يعتمد عليها وجود نظام وتطوره وازدهاره (حيث يتمثل الرأي العام في صورة طاقة راضية عن النظام وقاعدة مشروعيته). أو التي تمثل الأساس في زعزعة النظام وتدميره واستبداله (حيث تبرز هذه الطاقة، كطاقة رافضة لنظام السياسي الموجود).

وبالطبع فإن هذا يعتمد في الحالتين على عنصرين هما:

أ. حجم أو درجة التفاعل الشعبي نفسه، وهل يبرز الرأي العام كمعبر عن الأغلبية الساحقة أو البسيطة ... والعلاقة طردية بين هذا الأمر وقوة تلك الطاقة.

ب. عمق التفاعل نفسه، وهذا يظل محكوما بدوره ب :

- الحالة الانفعالية والمناخ العام داخل الجماعة إزاء القضية المعنية.
- الموقف أو القضية المعنية نفسها، ومدى حساسيتها بالنسبة لمصالح الجماعة.
- درجة تماسك أفراد الجماعة وتجانس مصالحهم بالنسبة للقضية المطروحة.
- فعالية قنوات الاتصال بين أفراد الجماعة المعنية.

مستند نصي جديد (02)

ولكن، هل معنى هذا أن الحركة واتجاه هذه القوة أو الطاقة غير مقيدة إلا بهذين العاملين؟
تفترض الإجابة عن هذا السؤال أخذ طبيعة القوة المواجهة ذات الصلة بالموقف من الناحية الأخرى (السلطة) بعين الاعتبار أيضا، فقد تكون قوة رادعة مستعدة لردع اتجاهات الرأي العام، وربما تكون قوى ذكية وتحاول التدخل في اتجاهات الرأي العام بهدف تعديلها وتغييرها لصالحها.¹

¹ - د. كمال المتوفي، الرأي العام (تعريف). في موسوعة العلوم السياسية، ص534

المبحث الثاني : دراسة الرأي العام

المطلب الأول : مراحل تكوين الرأي العام

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

أ* - مرحلة الإحساس والإدراك:

يتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات والمثيرات التي يتلقاها عن طريق حواسه، تلك الحواس التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي، والبيئة الخارجية، ويبدأ الإنسان في إدراك هذه المؤثرات إدراكاً حسيّاً، إلا أنها تتقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الإنسان أن يدرك هذه المؤثرات كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة، ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، والمعاني التي يخلعها الإنسان على ما يدركه من أشياء أو مؤثرات تتحدد وفقاً لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه، وهذا يعني أن عملية الإدراك عملية معقدة، وهي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية، ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة وفي حدوده إطار الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة الثقافية والاجتماعية، ومن ذلك يتضح أن عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر أو حاسة السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته.¹

ب* - مرحلة الرأي الفردي:

¹ د. عبد الكريم على الدبيسي، الرأي العام . عمان : دار المسيرة ، 2011 ، ص 26.

وفي هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع أو المؤثرات المختلفة، وتتطوي هذه المرحلة على عنصر الاختيار فطالما أن الموضوع المثار هو موضوع جدلي تختلف حوله الآراء بيت مؤيد ومعارض فإن الفرد يحدد نفسه موقفا معينا لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له، وموقف الفرد حول موضوع جدلي واحد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون، وهذا يؤكد ما انتهى إليه w.lippman من تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر في الاستجابة للبيئة ولكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها في ذهن الإنسان هي التي تحدث استجابة، ويتفق ذلك مع وجهة نظر د. أحمد عزت راجح حول علاقة السلوك بالإدراك حيث أوضح أن الفرد يستجيب للبيئة لا كما عليه هي في الواقع بل كما يدركها كما تبدو له وحسبما يفرض عليها من معنى وأهمية.

ج* - مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة:

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

د* - مرحلة تحوّل آراء الأفراد إلى آراء الجماعة : (الرأي العام) ¹

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

1 - د. عبد الكريم على الدبيسي ، مرجع سابق الذكر . عمان : دار المسيرة ، 2011 ، ص 26.

في الجماعة أو الجمهور النوعي، وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه المجموعة أو للتعاطف مع الجماعة.

المطلب الثاني : أنواع الرأي العام

ينقسم الرأي العام إلى أنواع متعددة طبقا للعديد من المعايير تعتمد التصنيف أو التقسيم.

❖ تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

- الرأي العام الكامن: وهو غير ظاهر لأسباب سياسية أو اجتماعية وقد يظهر في شكل نشاطات سرية، يمكن أن تتحول إلى ثورة عامة في حالات كثيرة، كما هو الحال في التحولات السياسية الراهنة التي بدأت عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن تحوّلت إلى احتجاجات ومظاهر تنادي بالتغيير¹
- الرأي العام الظاهر: فتشترك فيه أجهزة الإعلام والمنظمات السياسية والاجتماعية والثقافية في التعبير عنه ويمارس تأثير على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة، كالمناداة بحرية الإعلام في الجزائر، والمطالبة بفتح المجال للقنوات الخاصة تسمح بحرية التعبير.

❖ حسب ثابته:

- الرأي العام الثابت: هو الذي يركز على قاعدة ثقافية وتاريخية ودينية ويمتاز بالثبات حيث لا يتأثر بالأحداث الجارية إلا نادرا، كموقف الجزائر من التدخل الأجنبي في الشؤون الداخلية للدول واحترام مبدأ السيادة الوطنية للشعوب.
- الرأي العام المؤقت*: فهو يرتبط بمشكلة طارئة أو حادث عرضي أو برامج ذات أهداف زمنية محدّدة ينتهي بانتهائها، وهو مل يظهر في الانتخابات حيث تقوم

¹ كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011)، ص:76
* تمثله الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعنية، وينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب والهيئات، للمزيد من المعلومات انظر: (علي الباز؛ العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، (مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002)، ص:22

الأحزاب بعرض برامجها في خضم الحملة الانتخابية وينتهي بزمن معين (انتهاء الانتخابات).

❖ حسب تأثيره ومشاركته السياسية:

▪ رأي عام سلبي: وهنا ينظر الباحثون إلى الرأي العام حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة، ويرتكز هذا التقسيم على افتراض وجود قطاع من الجمهور السلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسياق وراءها ويسمى هذا بالرأي العام السلبي كالعزوف عن الانتخابات¹.

▪ رأي العام الايجابي: وجود قطاع آخر يمثله عادة المثقفون وقادة الرأي والذين يملكون خلفية فكرية ويستطيعون فهو حقائق الأمور، وتفسيرها ولا يتأثرون بوسائل الإعلام، بل هم يؤثرون فيها بأفكارهم ويسمى هذا النوع بالرأي الايجابي، وهو ما تمثله منظمات المجتمع المدني النقابات العمالية، اتحاد الكتاب والأدباء، منظمات حقوق الإنسان.. الخ

❖ حسب الانتشار الجغرافي:

هناك من يقسم الرأي العام طبقاً لنطاق انتشاره الجغرافي والاجتماعي إلى:

▪ الرأي العام المحلي (Local): وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في منطقة جغرافية معينة، أو محافظة معينة داخل الدولة في فترة زمنية معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم النقاش فيها، والجدل وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً: والرأي العام المحلي هو غير الرأي العام الوطني، فما يميز المجتمع المحلي الخصائص التالية:

- الانتماء للمجتمع المحلي - التجانس بين الأفراد . الاكتفاء الذاتي

مثال ذلك: الصراع الطائفي (السنة . الشيعة) أو توترات بين بعض القبائل.

¹ كامل خورشيد، المرجع السابق، نفس الصفحة

- الرأي العام الوطني: (national) يرتبط هذا النوع من الرأي العام بالوطن أو الدولة وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز الرأي العام الوطني بالخصائص الآتية:¹
- التجانس بين الأفراد لوجود خلفيات بين التراث والتقاليد راسخة فضلا عن تكافئه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة.
- إمكان التنبؤ وردود فعله عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز و وحدات بحوث الرأي العام.
- معالجة المشاكل الوطنية على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعنيه بالدرجة الأولى، وبالتالي نادر ما يكون مضمونه إحدى المشاكل الدولية في أغلب الأحيان إلا إذا كان تمسّ المصالح العامة والوطنية.
- فعلى سبيل المثال: رفض التدخل الأجنبي في الشؤون الداخلية وحلّ المشاكل على المستوى الوطني (مثلما حدث في العشرية السوداء في الجزائر).
- الرأي العام العالمي: (International): وهو السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة، ويحتدم حولها الجدل وتمسّ مصالح الشعوب وقيمها²، وهو لا يظهر بشكل دائم بحيث تمثله النقابات والمنظمات التي تتشط في جميع المجالات³: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والإنسانية، البيئية، المكونة بذلك للمجتمع المدني العالمي ومثال ذلك: المناهضة ضد العولمة وآثارها في جميع المجالات.

❖ حسب تأثيره وتأثره

- الرأي العام القائد أو المسيطر: ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع ونخبته من القادة والعلماء والمفكرين والإعلاميين ورجال الأدب والسياسة وهؤلاء نسبتهم بالمجتمع قليلة، ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه الوجهة المطلوبة، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم من يؤثرون فيها بما لديهم من أفكار

¹ محمد نصر مهنا، المرجع السابق، ص: 266

² نفس المرجع، ص: 267

³ Hatem M'ard; L'opinion publique mondiale. (Tunisie : centre de publication universitaire; 2006); p:13

وآراء، ويمثل هذا النوع حكم الطبقة البرجوازية واحتكار السلطة أو حكم الجيش كما هو جاري في الدول العربية¹.

- الرأي العام المثقف: ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم والثقافة وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ولكنه لا يتأثر بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها، وتمثله الأحزاب والمنظمات الحقوقية ... الخ².
- الرأي العام المنساق: هو رأي السواء الأعظم من الناس فهؤلاء يكونون عرضة لتأثير وسائل الإعلام، ويتقبلون ما ينشر وما يذاع دون تمحيص أو تدبر ويكونون عرضة لحملات الدعاية فمثلا: المجتمع الأمريكي بالرغم من التطور التكنولوجي والعلمي إلا أن وسائل الإعلام تصنع الرأي العام الأمريكي تجاه مختلف القضايا، لاسيما منها الخارجية. فلا يمكن فهم هذه التصنيفات والتقسيمات للرأي العام، إلا إذا استعملت قياسه للوقوف على الاتجاهات والآراء حول القضايا والمسائل المهمة للمجتمع، فهي أيضا تتعدد وتختلف حسب طبيعة القضية والمسألة.

¹ كامل خورشيد مراد، المرجع السابق، ص: 82

² نفس المرجع، نفس الصفحة

المطلب الثالث: طرق قياس الرأي العام

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

وقد ظهرت بحوث الرأي العام وقياسه في المجتمعات الغربية المتقدمة منذ أكثر من نصف قرن ومزّت خلال تطورها بعدة مراحل، توصلت إلى مناهج وأدوات وأساليب خاصة بها، وموثيق أخلاقية تحكم عملها وتضبط أدائها بدء من اختيار موضوع القياس وحق نشر نتائجه¹. ولا تقتصر أهمية قياس الرأي العام على النظم الديمقراطية وإنما تتعداها أيضا إلى الدول الشيوعية التي أنشأت معاهد لقياس الرأي العام ودراسته مثل معهد جالويسكي (Gallupksy institue) في موسكو.

فقد كان التقدّم في مجال العلوم الإنسانية وصيحات الحرية وحقوق الإنسان سببا من الأسباب الرئيسية التي أدت إلى الاهتمام بالرأي العام في هذه الدول، كما تهتم الأنظمة الديكتاتورية أيضا بقياس الرأي العام حيث استخدمت ألمانيا النازية واليابان البوليس السريّ وغيره من الموظفين الحكوميين لتجميع البيانات عن الرأي العام، ومدى طاعة الجمهور لهؤلاء الحكام ونجاح هؤلاء القادة في قيادة الجماهير².

توجد ثلاث طرق لقياس الرأي العام وهي³:

- الاستفتاء*:

- طريقة المسح

- طريقة التحليل المضمون

1- الاستفتاء: (في مجال قياس الرأي العام): عبارة عن مجموعة من الاختبارات أو الطرق التي

يقصد منها التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه العديد من المشاكل العامة السياسية

¹ نفس المرجع، ص: 213

² محمد نصر مهنا، الدولة والنظم السياسية المقارنة، (مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2011)، ص: 244

³ نفس المرجع، ص: 245

* (الاستفتاء): ظهرت هذه التقنية وجربت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة (1936)، في معهد Gallup Poll، استعملت لسبر الآراء حول إعادة انتخاب روزفلت، كما استعملت أيضا خلال انتخابات 1965 في فرنسا أين سجلت بداية عهد الاستفتاء، وللمزيد من المعلومات انظر: (

Dominique chagnolland ; op; cit; p:261)

والاقتصادية والاجتماعية وتتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من جمهور الرأي العام على أن تراعي الدقة الفائقة في اختيار العينة، وتوجه إليها عدّة أسئلة تتضمن تلخيصا شاملا عن المشكلة التي يراد بها قياس اتجاهات الرأي العام حيالها، ويمر الاستفتاء بعدة مراحل هي:¹

الخطة العامة : (وضع تصوّر عام للمشكلة التي يراد قياسها)

تصميم استمارة الاستفتاء: تعد من المسائل الهامة في بحوث الرأي العام، بحيث ينبغي مراعاة القواعد الأساسية (وضوح الأسئلة وبساطتها، ويجب أن تتحدد حتى يسهل الإجابة عليها).

اختيار العينة:

تبويب البيانات وتحليلها: بعد جمع البيانات يتم تفرغها في قوائم خاصة حيث يقوم الأخصائيون بتحليلها وتدوين ملاحظات والنتائج المتوصل إليها، واتجاهات الرأي العام بصدد مشكلة العامة المطروحة للقياس.

2- طريقة المسح: وهي طريقة أعم وأشمل من طريقة الاستفتاء، حيث تستخدم للتعرف على

اتجاهات الرأي العام الظاهرة والكامنة وتشمل طريقة المسح وسيلتي المقابلة والملاحظة؛ أي مقابلة الناس ومحادثتهم وملاحظة سلوكهم بصفة مباشرة².

- الملاحظة: وهي طريقة غير مباشرة لاستطلاع الرأي وتقترب من الأسلوب العلمي التجريبي، وتستخدم هذه الطريقة في كثير من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية التي تعتمد على وجود مجموعة من الملاحظين والمراقبين لقياس الرأي العام عن طريق ملاحظة جمهور الرأي العام للوقوف على آرائهم بملاحظة سلوكهم من شائعات سياسية وتعليقات متداولة بين الجمهور تجاه المشاكل العامة.
- المقابلة: وتعني هذه الوسيلة . في مجال قياس الرأي العام . التبادل اللفظي بصفة مباشرة بين المقابل وبين الشخص أو الأشخاص المطلوب معرفة آرائهم بملاحظة سلوكهم من شائعات سياسية وتعليقات متداولة بين الجمهور تجاه المشاكل العامة.

¹ علي الباز، المرجع السابق، ص: 41
² محمد نصر مهنا، المرجع السابق، ص: 245

• المقابلة: وتعني هذه الوسيلة . في مجال قياس الرأي العام . التبادل اللفظي بصفة مباشرة بين المقابل وبين الشخص أو الأشخاص المطلوب معرفة آرائهم في المسائل التي تشغل الرأي العام، وفي هذا المجال يجب على الشخص المكلف بالمقابلة أن يكتسب ثقة الأفراد الذين تجري معهم المقابلة وتفهم حالتهم النفسية، الاقتصادية، والاجتماعية، وأن يحسن اختيارهم، ووضوح الأسئلة بطريقة تمكن الشخص من الإجابة بحرية، وأن تتم المقابلة في وقت ملائم بعيداً عن الأشخاص الذي قد لا يتمكن المستوجب من الإجابة أمامهم¹.

3- طريقة تحليل المضمون: تستخدم هذه الطريقة عادة في قياس الرأي العام الأجنبي أي التعرّف

على اتجاهات الرأي العام في دولة معينة، تجاه مسألة تتعلق بدولة أخرى سواء في مجال السياسة، والاقتصاد، أو الثقافة، أو الاجتماع، أو غيرها، فيلجأ إلى تحليل المضمون من أجل تحليل ودراسة اتجاهات الرأي العام من صحافة وإذاعة وتلفزيون، ونشرات وتعليقات حول موضوع معين، كما يمكن أن تؤدي طريقة تحليل المضمون في التعرّف المبادئ والأفكار التي استقرت في مجتمع معين والتي يمكن أن تشكل موقف الدولة السياسي في المجال الداخلي والخارجي². بحيث تستخدمها الدول الكبيرة للتأثير في اتجاهات الرأي العام في الدول الأخرى حتى تجعلها تؤمن بسياستها، كما تعتبر إحدى وسائل المواجهة التي يطبقها كل من النظام الغربي والنظام الشيوعي في مواجهة بعضها.

إن جملة التحوّلات التي شهدتها المجتمعات سواء اجتماعية، اقتصادية، سياسية، أدت إلى ظهور توجهات فكرية وإيديولوجية، استدعت هي الأخرى إلى بروز مصطلحات تتماشى وهذه التغيرات؛ فالرأي العام يمثل أحد المصطلحات المتداولة في العصر الحديث وبصفة خاصة منذ الثورة الفرنسية، فهو ظاهرة عكست قدرة النَّاس على استخدام الكلمة في التعبير عن الرأي، التي تجعلهم مؤهلين ليقوموا بالدور الفعّال في الدولة. إنّ أهم ما تمّ التوصل إليه من التعريفات المقدمة للمفاهيم الثلاث: وسائل الإعلام . المواطنة . الرأي العام، ما يلي:

¹ نفس المرجع، ص: 246

² نفس المرجع، ص: 247

تعتبر وسائل الإعلام من أهم الوسائل المستخدمة لتزويد الأفراد بالأخبار والمعلومات السليمة التي تساعد على تكوين الرأي الذي يعبر عن اتجاهاتهم وميولاتهم، فلقد تعددت التعريفات حوله، واختلفت باختلاف الباحثين والمفكرين، فيمكن اعتبار وسائل الإعلام: أدوات لتوصيل المعلومات، ووسيلة لنشر الثقافة، وسيلة للتفاعل الاجتماعي، كما أدى هذا الاختلاف حول المفهوم إلى تنوعها حسب الاستخدام فمنها المسموعة والمكتوبة والمقروءة التي تأثرت بالتطور السريع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال آخذة بذلك بعدا جديدا خاصة مع ظهور شبكة الانترنت؛ التي لعبت دورا هاما في تسهيل تدفق المعلومات وفقا للأحداث معتمدة على أساليب وتقنيات حديثة غيرت من وتيرة الحياة العادية للأفراد والمجتمعات، فهذا راجع للوظائف المختلفة لوسائل الإعلام من جهة، تثقيف، دعاية، بهدف تحقيق الاتصال بين الأفراد والمجتمع.

إن من أهم سمات المجتمع الحديث الرأي العام الذي اختلف مفهومه من مرحلة تاريخية إلى أخرى حتى أصبح ذا أهمية كبيرة في المجتمعات، لاعتباره وسيلة من وسائل التغيير المؤثرة في العمل السياسي فقد ساهمت التطورات التكنولوجية في إحداث تغييرا في مفهوم الرأي العام، الذي اختلفت وظائفه حسب كل مرحلة مرّ بها أدى إلى تباين آراء الباحثين والمفكرين حول وضع تعريف موحد له إلا أن هناك متغيرات تحدّد طبيعة الرأي العام متمثلة في: وجود قضية أو مسألة تهم المجتمع، طبيعة المجتمع، مركب الأفضليات لدى الجمهور، التعبير عن الرأي، كما يمكن تقسيم الرأي العام حسب العديد من المعايير: الثبات، الانتشار، التأثير والمشاركة... الخ، التي لا يمكن فهمها إلا عن طريق قياسها سواء بالاستفتاء، أو المسح، أو تحليل المضمون.

رغم مختلف التعريفات المقدمة للمفاهيم الثلاث إن هناك جدل إعلاميا وسياسيا وفكريا، فهي تحتاج إلى الكثير من المعرفة كل الظروف المحيطة بها، حيث أصبحت من بين أهم المفاهيم في الفكر السياسي خاصة في ظل التحولات السياسية ومدى تأثرها بها.¹

¹ -محمد نصر مهنا، المرجع السابق، ص: 249

فالممتنع للتطور التاريخي لهذه المفاهيم على الصعيد الفكري أو الاجتماعي على حقيقة جوهرية توضح التدفق غير المحدود والمشروط للمعلومات، القيم، والمبادئ، الأفكار، والآراء، تلتفت الانتباه إلى فعالية دور عملية الاتصال ومساهمتها في تشغيل الأفكار والمعلومات، مؤثرة بذلك في الرأي العام، وعلى القيم لديه خاصة منها المواطنة؛ على اعتبار أنها تكمن في الحياة الاجتماعية للأفراد والتماسك الاجتماعي من أجل ممارسة السلوكيات الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية، بشكل ديمقراطي في مجتمعاتهم.¹

و يأتي قياس الرأي العام من خلال الشرح التالي:

يجمع الباحثون على وجود نوعين من طرق القياس: نوعية وكيفية، تعرف الأولى بطرق أو مناهج الاستفتاء، أما الثانية فتشمل منهجين هما: المسح الشامل وطريقة تحليل المضمون.
1. الاستفتاء:

بدأت هذه الطريقة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية كمحاولة لمعرفة نتائج الانتخابات سلفاً، نفذتها جمعيات ولجان خاصة، ثم اعتمدها مؤسسات ومنظمات بعد إدخال تعديلات جوهرية عليها.²

عند انتخاب الرئيس الأمريكي روزفلت للمرة الأولى عام 1936م، قام شخصان هما كروسلي وروبر باستخدام مصلحة أبحاث يملكانها لاستطلاع الرأي العام الأمريكي حول إمكانية نجاح روزفلت، وقم بمثل ذلك الأمريكي غالوب الذي كان يعمل في الحقل التسويقي التجاري، وجّه الثلاثة أسئلتهم الاستطلاعية إلى خمسة آلاف أمريكي، وكانت النتائج التي نالها روزفلت لاحقاً . أي بعد إجراء الانتخابات . قريبة جداً مما أعلنه الثلاثة في استطلاعهم المذكور، وكانت ولادة طريقة استطلاع الرأي العام.

يكون الاستفتاء حول موضوع واحد لقياس الظاهرة التي يكشف عنها الفرد حيال هذا الموضوع، إنه اختبار حول مسألة معينة يوجه إلى عينة محدّدة من الجماعة يتم اختيارها بعناية، تطرح

1 - على الباز ، مرجع سابق الذكر . ص 41.

2 - د. على عوادي ، الاعلام و الرأي . لبنان : بيسان للنشر و التوزيع و الاعلام ، ط 1 . ص 100.

عليها أسئلة مدروسة بدقة توزع الموضوع العام ويتم استخلاص النتائج من إجابات أفراد الجماعة عن الأسئلة المذكورة.

يمر الاستفتاء بعدة مراحل هي:

أ- اختيار الموضوع

ب- تحديد الشريحة البشرية المنوي تغطيتها (الوسط أو الأوساط، الموقع أو المواقع)

ت- اختيار العينات البشرية (عشوائيا، أو طبقيا، بطريقة عشوائية، أو بطريقة الحصص من كل طبقة).

ث- دراسة الأسئلة التي سيتم طرحها وإعدادها وتجربتها

ج-تنفيذ المقابلات والحرص على احترام القواعد التالية: توجيه الأسئلة إلى كل شخص بمفرده

حتى لا يؤثر أحدهم بالآخر، نشوء جو ارتياح وتقارب بين السائل والناس، إعلان السؤال

بوضوح دون التباس، عدم تدوين الجواب قبل توجيه السؤال كاملا، وعدم تعليق السائل

على الأجوبة السابقة حتى لا يجعل الإجابات اللاحقة موحى بها أو مشوهة تبعا للتأثير عليها.

ح-استخلاص النتائج وإعداد صيغتها النهائية بعد تحليل البيانات والإجابات.

خ-نشر النتائج وعرضها.

د- رصد ردود الفعل والمعالجة وفق مبدأي المبادرة السريعة والليونة.¹

2. المسح الشامل:

تهدف هذه الطريقة إلى قياس الرأي العام بنوعيه، الظاهر وال...، والتعرّف على اتجاهاته

حيال المسألة المطروحة، وكشف الاتجاهات المستقبلية السائدة في طريق النضوج والاكتمال،

إنها أكثر شمولية من الاستفتاء، تقوم على إجراء المقابلات والتحدث المعمق مع أفراد

الجمهور المحدد للوقوف على رأيهم الحقيقي وملاحظة ردات فعلهم وسلوكهم وتعليقاتهم وكل

1 - د على عوادي ، مرجع سابق الذكر ، ص 101

ما يدور في أذهانهم ويصدر عنهم من انعكاسات حيال مختلف الوسائل الإعلامية، تشمل هذه الطريقة وسيلتي الملاحظة، والمقابلة بشكل متواز.

تعتمد على ملاحظة سلوكية الجمهور وانفعالاته وتدوين آرائه بأمانة مع تحديد أسلوب تعبيره وحقيقة مسباته، تقوم الجهة المنظمة بتبويب هذه التدوينات ودراستها وفحصها واستخلاص النتائج، ثم المعالجة وفق مبدأي المبادرة السريعة والليونة. يمكننا تسمية منفذي هذه الوسيلة بالملاحظين، يتم اختيارهم أذكيا مرين يدربون على خطة القياس وأدواتها، يندسون في داخل تجمعات الجمهور (أحزاب، جمعيات، تنظيمات...) كما في النوادي والمقاهي والأسواق، والساحات والمكتبات، والكنائس، والمساجد ودور المسرح والسينما... وكل الأماكن العامة، يكتسبون ثقة الأفراد ويتفهمون أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية وحالتهم النفسية، تلعب أجهزة الأمن والمخابرات دورا مميزا في هذا المجال. إن هذه الوسيلة هي من أكثر الوسائل ملائمة لقياس ملائمة لقياس الرأي العام الظاهر والكامن عند الجمهور الذي يعاني من نسبة عالية من التخلف الثقافي، وخاصة في المسائل المتعلقة بالأمن والموقف الحقيقي من النظام الحاكم.

وفي هذا السياق، سمعنا أن الملاحظين (أو العملاء) الأوفياء لإسرائيل أعطوها الضوء الأخضر للدخول إلى لبنان في العام 1982م، إذ أنهم لاحظوا أن قسما لا يستهان به من الجمهور اللبناني مستاء من الحالة القائمة والتجاوزات الفلسطينية في دولة ضمن الدولة، وأن أفراد هذا الجمهور يرددون عند انفعالهم خلاصة رأيهم الكامن: اليهود أفضل، فلم يعملوا هيك، ربما كان ما سمعناه هو دسّ من قبل دوائر الشائعات لإعطاء الاجتياح الإسرائيلي القابلية الشعبية اللبنانية، ولكن للأمانة العملية نورد كل الحقائق¹

3- تحليل المضمون

تكتسب هذه الطريقة أهميتها انطلاقا من استحالة أو صعوبة إجراء الطريقتين السابقتين لدراسة اتجاهات الرأي العام الإقليمي أو الدولي والوقوف على مواقف والحكومات ونظرة الشعوب في

1 - د علي عوادي، مرجع سابق الذكر، ص 102.

الدول الأخرى، لجأ خبراء قياس الرأي العام إلى تحليل مواقف واتجاهات مضمون الصحافة وبرامج الإذاعة والتلفزيون وكل وسائل الاتصال الجماهيري، باعتبار أن ما يصدر من مواد إعلامية من الدول والحكومات والشعوب والتجمعات هو مرآة تعبر عن اتجاهات موجودة أو عن محاولة إيجاد اتجاهات جديدة.

تتميز هذه الطريقة بالأهمية في كشف محاولة بعض الدول . بعد عملية التحليل هذه . للتأثير على بعضها البعض . الغاية قد تكون استنباط العناصر المؤدية إلى الإيحاء إلى الدولة المستهدفة بانتهاج سياسة معينة أو إلى دفع الشعب فيها إلى القيام بثورات ضد السلطات الحاكمة أو معارضتها . الغاية هي كشف محاولات تؤدي إلى خلق مناخات معينة تؤثر سلبا وإيجابا على الأمن القومي¹ .

تعتمد طريقة تحليل المضمون، كما ذكرنا سابقا على:

أ- تحديد المسألة موضوع القياس

ب- جمع المواد الإعلامية المتعلقة بهذه المسألة

ت- تحديد الآراء، السلبيات والإيجابيات في هذه المواد

ث- تحليل مضمونها والآراء المؤيدة والمعارضة، ثم حساب النسبة المئوية لكل من المضمون السلبي المعارض والمضمون الإيجابي المؤيد في اتجاهات الآراء حيال المسألة المحددة في بداية العمل.

ج- تحديد الموقف النهائي من اتجاهات الرأي العام إزاء المسألة.

ح- رصد النتائج والمعالجة وفق مبدأي المبادرة السريعة والليونة.

يتبين لنا من خلال مراحل هذه الطريقة أنها أسلوب بحث يتطلع إلى وصف المحتوى الظاهر لوسائل الاتصال.

¹ اتهمت الصحافة اللبنانية باستغلال مناخ الحرية الذي تمتعت به لنشر مواد إعلامية من شأنها زعزعة الأمن في بعض الدول العربية في الستينات والسبعينات، خاصة في الجمهورية العربية السورية، هذا ما صرح به سفير لبنان السابق، في باريس والمدير السابق، للمخابرات اللبنانية العقيد جوني عبده في مقابلة أجرتها معه صحيفة الديار اللبنانية، عدد 16 أيلول 1990، قال عبده: " ... وبدا في وقت من الأوقات أن في لبنان من يفكر بقلب النظام في سوريا من خلال مهاجمته بسلاح الحرية الذي يملكه اللبنانيون، ألم يحتل أن لبنان استخدم حريته ذات زمن لمصلحة هذه السفارة أو تلك الدولة ... "

إن صفات العمل المطلوب في تحليل المضمون لقياس الرأي العام هي: موضوعي، منظم، كمي، الموضوعية تختصر معنى ضرورة أن يكشف العمل بطريقة التحليل المضمون كل فئات التحليل المعنوية والمادية بدقة وموضوعية، ودون أي تأثير للكوامن الشخصية للعامل في هذا التحليل.

وتهدف هذه الموضوعية أيضا إلى أنه على المحلل أن يشغل نفسه ببواطن المادة الإعلامية وماهية ما تعني التصورات الموجودة بين السطور المكتوبة والعبارات المسموعة والصور المرئية، كما عليه التركيز على المحتوى الظاهر لهذه المادة، ويطفو على سطحها. أما صفة التنظيم، فتعني أن تحليل مضمون المواد الإعلامية التي تتناول المسألة المحددة يجب أن يتم على ضوء كل الفئات والنقاط الموضوعية من قبل المحلل سلفا بغية تجنب التحليلات المبتورة التي تخدم الفكرة المسبقة لهذا المحلل أو تتصاع لها أو تتأثر بها. أما صفة كمي، فهي الصفة الأهم للعمل، وتعني أن تكون النتيجة محددة ومثبتة ولها سمة العددية أو النسبية أو أن تعرض نتيجة التحليل بتحليل دقيق ومركز: هل الاتجاهات هي أكثر أو أقل أو بتزايد أو بتناقص أو ...

ولابد من التنويه في نهاية حديثنا بأن الحرب الباردة أو النفسية التي يسعر لهيبتها بين الدول المتصارعة عبر وسائل الاتصال الجماهيري ما هي إلا وسيلة واضحة لخطورة استخدام طريقة تحليل المضمون في التأثير على الدول والحكومات والشعوب الأخرى¹. وعلى صانعي السياسة حاضرا الانتباه إلى هذه الظاهرة القديمة . الحديثة والإدراك بأن الاستخدام الذكي لأجهزة الاتصال الحديثة يمكن أن يكون أقصر الطرق وأقلها تكلفة وأكثرها تأثيرا لتحقيق أهداف معينة لا تخلو في معظم الأحيان من العدوانية، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي. ونشهد على ما ذكرنا بما كتبناه في العام 1983م:

خلال أزمة 75-76 كان الإرهاب الإعلامي يلف الأجواء؛ والشوارع غارقة في بحر من الصحف والمناشير من كل الجهات وكل البلدان، والرعب يسيطر على العقول والنفوس، لدرجة

¹ الدكتور فتحي الأبياري، الرأي العام والمخطط الصهيوني، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، (مصر)، 1969، ص:133

أنه عند حدوث أي عمل عنفي يسارع كل طرف إلى اتهام الآخرين الأخصام دون التأكد من ذلك.. ألا يمكن القول أن هناك جهة ما (...) تفبرك الأحداث المهيجة وتهيئ الأجواء لردات الفعل (...). وكأن الأزمة مدبرة بتعاون جهازين: جهاز أمن وجهاز إعلام (الوسائل الإعلامية المرتهنة والصفراء)، الأول يرتكب الحدث الهام، والثاني يروج ويهيئ لردات الفعل، الأول يقتل (...). والثاني ينفخ النار كي تأتي ردة الفعل أكبر من الحدث بحد ذاته¹.

ويبقى السؤال: ما هب وسائل تعديل اتجاهات الرأي العام وأساليب التأثير عليه؟ سنحاول في الفصول اللاحقة استثمار التجربة اللبنانية بهدف الإجابة وإلقاء الضوء على الحدود المهمة لهذه المسألة.

¹ علي عواد، الحرب النفسية والصحافة خلال الحرب، باريس 1983، ص 403-404

الفصل الثالث : دراسة تطبيقية (الإنتخابات الأمريكية الرئاسية 2016 دونالد

ترانب و هيلاري كلينتن)

المبحث الاول : المشهد الإعلامي حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2016

المبحث الثاني: أبرز اسطلاحات الرأي في الولايات المتحدة (الإنتخابات 2016)

المبحث الثالث: أبرز ردود فعل الإعلاميين حول نتائج الإنتخابات الرئاسية الأمريكية سنة

2016

المبحث الاول : المشهد الإعلامي حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2016

في 30 سبتمبر/أيلول الماضي، سجلت صحيفة "سان دييغو يونيون تريبيون" سابقة في تاريخها الممتد لـ 148 عاما، إذ أعلنت تأييدها لمرشح ديمقراطي للرئاسة الأمريكية، هيلاري كلينتون. كان هذا أيضا أول تأييد لمرشح ديمقراطي من جانب صحيفة "ديترويت نيوز" منذ 143 عاما، والأول في تاريخ صحيفة "أريزونا ريبابليك" منذ 126 عاما.

لم يكن دونالد ترامب يحظى بشعبية لدى الصحف الأمريكية، ومن بين الصحف المائة الأوسع انتشارا، لم يحظ المرشح الجمهوري سوى بتأييد اثنتين. وبينما أيد أكثر من 200 صحيفة كلينتون، حصل ترامب على دعم أقل من 20 صحيفة. وحتى بعض هذا الدعم لترامب كان فاترا على أقل تقدير، وكان أفضل تعليق في هذا الصدد قد ورد من صحيفة "فورت واين نيوز سنتنيل" في السطور التالية: "شكرا للرب على مايك بنس نائب الرئيس المنتخب

ما فعلته وسائل الإعلام بالفعل هو أن ترامب أصبح لديه "جميع الأعداء المتوقعين: الخبراء، علماء الاجتماع، وأفراد النخبة والأكاديميون ومروجو الأخلاق المناهضين للسياسات الفاشلة".

لقد شعر الإعلام بأن صورة ترامب يمكن أن تُرسم من جانب "وسائل إعلام حزب واحد". وبعد ذلك كان انتصار ترامب ضربة قاسية لهؤلاء الخبراء والمطلعين ببواطن الأمور المقربين من النخبة السياسية "ومروجي الأخلاق"، لكن هذا الانتصار كان أيضا إهانة لآلاف الصحفيين الذين قضوا شهورا يحاولون تحذير الرأي العام من دونالد ترامب¹.

ونشرت صحيفة "واشنطن بوست" تقريرها الأسبوعي؛ حيث سخرت من عدم حصول ترامب على دعم أي من الصحف اليومية الأمريكية، معللة ذلك بالفضائح الجنسية والتهرب الضريبي والعنصرية. في المقابل، حصلت كلينتون على دعم أكثر من 122 صحيفة ومجلة، منها:

"واشنطن بوست"، "نيويورك تايمز"، "يو إس توداي"، "لوس أنجلوس تايمز"، و"فورين بوليسي" وغيرها.²

¹ عبد المقصود خضر "ماذا قالت صحف العالم عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية".

² امحمد برقوق "دونالد ترامب يفوز بالانتخابات الرئاسية و توالي ردود الفعل الدولية".

فالتشهير هو ما يلجأ إليه المرشحون في الانتخابات الرئاسية الأمريكية في العادة، ولكن حدة التشهير كانت عالية هذه المرة، لدرجة أنها تؤثر على ميل الناخبين مثلما قالت مجلة "ذا أميريكان سبكتاتور".

وعلقت شبكة "سي إن إن" على ذلك بالقول إنه و"لسنوات عديدة أصبحت الحملات الانتخابية الرئاسية تشبه عملية يشهّر فيها المرشحون بسمعة بعضهم بعضاً، ولا يكتفون لذلك بل يقومون بنشر الشائعات.

وكان ترامب قد صرح لشبكة "فوكس نيوز" بأن كلينتون قد "قامت بعمل سيئ في كثير من الأمور، وهي غير محببة حتى لدى النساء". وأضاف ترامب: "تلعب كلينتون ببطاقة المرأة جيداً."

وسائل التواصل الاجتماعي

نشر موقع "غلوبال ريسك" تقريراً يبين الحد، الذي تؤثر فيه وسائل التواصل الاجتماعي في حملات الرئاسة الأمريكية. ويبيّن التقرير أن أكثر من 60% من البالغين في الولايات المتحدة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، منها "تويتر" و"فيسبوك". وأوضح التقرير أن الإعلانات عبر الشبكة العنكبوتية توفر للحملات الانتخابية المزيد من القوة، وتضمن سهولة نقل الأخبار والرسائل إلى الجمهور.

ووفقاً للموقع، فإن وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي تساعد الناخب الأمريكي على تكوين صورة عن المرشحين. ولهذا يلجأ كلا المرشحين إلى تلك الوسائل بنشر شائعات وفضائح عن المرشح الآخر للحصول على اهتمام الناخب الأمريكي الذي يطمح إلى رئيس يحقق تطلعاته. وما تم مؤخراً، يبين بشكل لا شك فيه أن كلا المرشحين يلجأ إلى هزيمة الخصم في حرب نفسية إعلامية من خلال عملية تعبوية للناخبين، وذلك بالترويج عبر صفحات المرشح الشخصية أو أصدقائه أم ممن هم قياديون في حملته¹.

وما يدل على أهمية تلك الوسائل ما نشره موقع "بوليتيكال إنسايدر" من أن حجب خدمة الإنترنت عن مؤسس موقع "ويكيليكس" جوليان أسانج جاء لتسريبه وثائق متعلقة بهيلاري كلينتون، ونشره معلومات من بريدها الإلكتروني؛ حيث تلعب تلك الوسائل أهمية كبيرة في تجميل أو تشويه صورة أي من المرشحين

¹ امحمد برفوق "مرجع سابق الذكر".

المبحث الثاني: أبرز استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة (الانتخابات 2016)

أظهرت استطلاعات الرأي الأخيرة في الولايات المتحدة، التي أجريت عشية الانتخابات الرئاسية العامة، تقدم المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون على منافسها الجمهوري دونالد ترامب. استطلاع لشبكة "NBC" وشركة "Survey Monkey" كلينتون تتقدم على ترامب بـ 6 نقاط وبحسب نتائج الاستطلاع، الذي أجرته شبكة "NBC" التلفزيونية بالتعاون مع شركة "Survey Monkey" المختصة في تصميم البرامج الإلكترونية لتحليل المعلومات، ونشرت نتائجه الاثنين، 7 نوفمبر/تشرين الثاني، تقدمت كلينتون على ترامب بفارق 6 نقاط مئوية، حيث دعم 47 بالمئة من المستطلعين المرشحة الديمقراطية، في ردهم على السؤال "من هو المرشح الذي ستصوتون لصالحه في حال إجراء انتخابات الرئاسة 2016 اليوم؟"، بينما أيد 41 بالمئة دونالد ترامب. وحصل المرشح من الحزب الليبيرتورياني، غاري جونسون، على 6 نقاط، فيما حظي عضو حزب الخضر، جيل ستاين، بدعم 3 بالمئة من المشاركين في الاستبيان، وذلك في وقت امتنع فيه 2 بالمئة من المستطلعين عن الرد على السؤال. وشمل هذا الاستطلاع، الذي أجري خلال الفترة الممتدة بين 31 أكتوبر/تشرين الأول و6 نوفمبر/تشرين الثاني، 70194 ناخبا محتملا .

استطلاع لوكالة "Bloomberg" وشركة "Selzer" كلينتون في الطليعة بفارق 3 نقاط

وبالتزامن مع ذلك، توصل الاستبيان الذي أجري من قبل شركة "Selzer" بطلب من وكالة "Bloomberg" الإخبارية الاقتصادية، ونشرت نتائجه، إلى استنتاج مفاده أن هيلاري كلينتون تتفوق حاليا على منافسها الجمهوري بفارق 3 نقاط مئوية على مستوى كامل الولايات المتحدة. وحصلت هيلاري كلينتون على أصوات 44 بالمئة من المشاركين في الاستطلاع، بينما أيد 41 بالمئة دونالد ترامب، وذلك في وقت قال فيه 4 بالمئة إنهم سيصوتون لصالح غاري جونسون، و2 بالمئة دعموا جيل ستاين، فيما امتنع 8 بالمئة عن تحديد المرشح المفضل بالنسبة لهم وأوضحت الوكالة أن نتائج الاستطلاع، الذي شمل 799 مواطنا أمريكيا وأجري بين 4 إلى 6 نوفمبر/تشرين الثاني، تشير إلى أن كلينتون تتقدم على ترامب من حيث الشعبية، بشكل خاص بين الناخبين من أصول إفريقية والمتحدرين من أمريكا اللاتينية، وكذلك الشباب¹.

¹ سليمان رفعت "ماذا قالت أهم استطلاعات الرأي الأمريكية عشية الانتخابات"

وأكد الاستطلاع أيضا أن ترامب يحظى بدعم أغلب الناخبين المحتملين في الولايات الجنوبية من البلاد، بينما تتقدم كلينتون عليه في الولايات الغربية وكذلك الواقعة في شمال شرق البلاد ومنطقة وسط الغرب.

وقالت رئيسة الفريق الذي أجرى الاستبيان إنه "يدل على أن المواجهة بلا شك ستكون متوترة جدا"، مشيرة إلى أن "الأمر الذي يشد الانتباه هو أن الناخبين يتعاملون مع هذه الانتخابات بتحفظ كبير... حيث يتوقعون فضائح متعددة حينما ينظرون إلى المستقبل، وجزء كبير منهم مستعد لمواصلة النضال حتى بعد فرز الأصوات."

وقال 52 بالمئة من المستطلعة آراؤهم إنهم يتوقعون حصول فضائح كبيرة في حال فوز هيلاري كلينتون، بينما اعتبر 48 بالمئة أن الفضائح ستقع حال انتصار ترامب .

استبيان لصحيفة "Washington Post" وقناة "ABC News" كلينتون تتفوق على ترامب بـ 4 نقاط

وأكد استبيان آخر أجري من قبل صحيفة "Washington Post" وقناة "ABC News" أن المرشحة الديمقراطية تتقدم على دونالد ترامب على مستوى البلاد، موضحا أن الفارق بينهما يبلغ 4 نقاط، حيث حصدت كلينتون أصوات 47 بالمئة من المستطلعين، بينما حصل المرشح الجمهوري على دعم 43 بالمئة من الناخبين المحتملين.

أما المرشح الليبرالي غاري جونسون، فحظي بتأييد 4 من المشاركين في الاستبيان، في حين قال 2 بالمئة إنهم سيصوتون لصالح جيل ستاين، المرشحة من حزب الخضر، ولم يحدد 4 بالمئة مرشحهم المفضل في الانتخابات.

وأكد الاستطلاع أن ترامب يتقدم على كلينتون بين السكان البيض، حيث يدعمه 53 بالمئة مقابل 37 بالمئة يؤيدون المرشحة الديمقراطية، لكن الأخيرة تحظى بدعم الأغلبية الساحقة بين الأمريكيين من أصول إفريقية (89 بالمئة مقابل 7 بالمئة) والمنحدرين من أمريكا اللاتينية (71 بالمئة مقابل 19 بالمئة). وشمل الاستبيان، الذي أجري من 2 إلى 5 نوفمبر/تشرين الثاني، باللغتين الإنجليزية والإسبانية، 1937 ناخبا محتملا¹.

¹ سليمان رفعت "مرجع سابق الذكر"

كلينتون في الطبيعة

متوسط استطلاعات الرأي



هيلاري
كلينتون



دونالد
ترامب

1 أغسطس

45.9%

42.0%

33.7%

53.3%

يوليو أغسطس مايو مارس يناير نوفمبر سبتمبر يوليو

© AFP RealClearPolitics المصدر:

2016

1

2015

المبحث الثالث: أبرز ردود فعل الإعلاميين حول نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2016

اعتبرت الكاتبة حول قضايا الإعلام في صحيفة واشنطن بوست مارغريت ساليغان حملة العام 2016 "فشلا ذريعا" للإعلام الإخباري. وكتبت ساليغان "أقولها بصراحة، وسائل الإعلام أخطأت في الخبر وأوضحت : "في النهاية اتضح أن عددا ضخما من الناخبين الأمريكيين يريد أمرا مغايرا. ورغم أن هؤلاء الناخبين عبروا عن ذلك بالصراخ والهتاف، لم يكن الصحافيون يصغون إلى غالبيتهم".

من جهته، قال الكاتب حول قضايا الإعلام في "نيويورك تايمز" جيم روتبرغ، إن غالبية المؤسسات الإخبارية أساءت تفسير "النبض المعقد" للبلاد. وتابع أن "إخفاق مساء الثلاثاء يتجاوز بكثير الخلل في الاستطلاعات" موضحا أنه "كان فشلا في رصد فورة غضب لدى قسم كبير من الناخبين الأمريكيين الذين شعروا بأنهم تعرضوا للإهمال في تعاف انتقائي وللخيانة في اتفاقيات تجارية يعتبرونها تهديدا لوظائفهم وقلّة احترام من طبقة سياسية تقليدية في **واشنطن** وعالم الأعمال والإعلام عامة".

ولطالما بدت العلاقة معقدة بين ترامب والإعلام منذ إطلاق حملته الطموحة للرئاسة.

وأضافت ساليغان أن ترامب تلقى دعما عبر "حجم هائل من التغطيات المبكرة في الأشهر السابقة للانتخابات التمهيدية للحزب الجمهوري" مع بث القنوات الإخبارية كافة تحركاته بشكل متواصل. حول نفسه مركزا للاهتمام و أشارت دراسة قادها استاذ وسائل التواصل في جامعة ويسكونسن كريس ويلز، إلى براعة ترامب في البقاء مركزا للاهتمام عبر دفع ثابت من التعليقات الاستفزازية والخارجة عن المألوف، الأمر الذي ثابرت عليه وسائل الاعلام في سباقها على عدد المشاهدين.¹

وكتب ويلز وزملاؤه "اثبت ترامب قدرة فريدة على تلبية الحاجة الى الهيمنة على الأجندة الاعلامية، بالدخول الى دورة الأخبار... وإعادة دخولها تكرارا عبر أخبار ومبادرات بحيث كانت التغطية الناجمة عن ذلك وقا لشروطه.

¹ امحمد برفوق "مرجع سابق الذكر".

وقال ويلز "باكرا في الحملة وفرت الصحافة له تغطية واسعة ولم تأخذه بشكل جدي في الوقت ذاته".

كما أشارت تقارير إلى شبكات إخبارية على غرار "سي ان ان" و"فوكس نيوز" و"ام اس ان بي سي" كانت في أزمة في السنوات الأخيرة، جددت ثروتها أثناء الحملة، إلى حد كبير بفضل ترامب.

فالمؤسسات الإعلامية أدركت رغم نفورها من المرشح الفظ أنها "تستطيع حصاد مردود القراءة الكثيفة لأخبار ترامب" على الانترنت.

ورأى استاذ الصحافة في جامعة نورثيستر دان كينيدي، أن ترامب "فهم مناخ الإعلام المعاصر أكثر من أي شخصية عامة أخرى، وتمكن من استغلاله بحيث جعل نفسه النجم. وأضاف أن "الأخبار كانت دائما حول شخصه". رواية مضادة

أشار كينيدي إلى أن انتقاد الاعلام على إساءة تحليل الكتلة الناخبة ليس منصفًا. وقال ان "الاعلام اجاد ايصال حجم عيوب شخص ترامب. فمع ازدياد التغطية الإعلامية شراسة استجوب ترامب بشأن معاملاته المالية ومعلومات حول تجاوزات جنسية، لكنه رد بقسوة على ما اعتبره "أكاذيب" إعلام "فاسد".

في المرحلة الأخيرة من الحملة بدا الجزء الأكبر من تغطية كبرى المؤسسات الإعلامية ناقدا للمرشح الجمهوري إلى حد أن بعض الوسائل الإعلامية الأمريكية اتهمه بالـ "كذب" على صفحات الأخبار.

ونجح ترامب في نشر "رواية مضادة" على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإعلام البديل لتهدئة أنصاره وإثارة حماسهم. وتزامن موقفه مع تراجع ثقة الأمريكيين بالإعلام إلى أدنى مستوياته. فقد كشف استطلاع مؤسسة جالوب في العام الجاري، عن ثقة 32% فحسب في قدرة الإعلام "على نقل الأخبار بشكل كامل ودقيق ومنصف".

ورأى ويلز أن انتقادات الإعلام لم تؤثر على ترامب إطلاقا لأن هذه "الوسيلة افتقرت إلى أدنى درجات المصداقية في أوساط قاعدته الأساسية". كما كتب مسؤول شؤون الإعلام لدى موقع ان بي آر ديفيد فوكنفليك على تويتر، أن الرئيس المنتخب يدخل البيت الأبيض "بعداء جلي للصحافة رغم اعتماده على التغطية الإعلامية".¹

¹ امحمد برقوق "مرجع سابق الذكر".

الخاتمة

يلعب الإعلام دوراً غاية في الأهمية والحساسية في آن واحد، وتزايدت أهمية هذا الدور حديثاً مع تزايد حاجة الناس ومتابعتهم للإعلام، ومع تنبه الأنظمة الحاكمة لأهمية الإعلام، ومع بدء عصر الاستخدام الموسع له، وبدء عصر وسائل الإعلام الجماهيرية، ويعيش الإعلام العربي كجزء من هذا الواقع، حيث يستطيع أن يلعب دوراً جوهرياً وثنميناً يقوم على إيمانه بفكرة التغيير إذا ما قاده مجموعة من ذوي العقول التي تملك فكرت دور الإعلام كحاجة مجتمعية جماهيرية .

كما أن ما جرى في الولايات المتحدة الأمريكية حول الإنتخابات الرئاسية 2016 ، وعلى صعيد أثر وسائل الإعلام وعلاقتها بالتغيير السياسي وبالجماهير، وعلى صعيد مقدرة وسائل الإعلام على صنع رأي عام . وقد شكلت تجربة الإنتخابات الأمريكية الرئاسية - تجربة فريدة تستحق الدراسة، فوسائل الإعلام الأمريكية تعرف من قبل إعلاماً يتمتع بحرية الرأي وجرأة الطرح، وبقاقتراهم من "الشارع الأمريكي" أصبحوا ذا تأثير أكبر على الرأي العام، وبالتالي داعماً حقيقياً للرأي العام الأمريكي . فهل يستطيع أن ينجح في توجيه الرأي نحو مرشح ما في ظل الاوضاع الراهنة والفترات المقبلة ؟

قائمة المراجع

- 1- د. محمد الصيرفي ، الإعلام . الإسكندرية : دار الفكر الجامعي ، 2009.
- 2- عبد اللطيف حمزة ، المدخل في فن التحرير الصحفي . القاهرة : دار الفكر العربي ، 1988.
- 3- د . عبد العزيز شرف ، الإعلام و لغة الحضارة ، القاهرة : دار المعارف ، 1977 .
- 4- د . محمد محمود ذهبية ، الإعلام المعاصر ، عمان : مكتبة المجتمع العربي ، 2010.
- 5- د. مصطفى المحمودي ، النظام الإعلامي الحديث. الكويت : عالم المعرفة 1982
- 6- د. زهير احدا دن ، مدخل لعلوم الإعلام و الإتصال . الجزائر : ديوان المطبوعات الجزائرية ، 1991.
- 7- د. عبد المعطي محمد عساف ، مقدمة إلى علم السياسة . عمان : دار مجدلاوي للتوزيع و النشر ، 1987.
- 8- د. على عوادي ، الحرب النفسية و الصحافة في لبنان خلال الحرب . باريس ، 1983.
- 9- د . محمد مصر مهنا ، الدولة و النظم السياسية المقارنة. مصر : دار الوفاء للطباعة و النشر ، 2011.
- 10- محمد مصر مهنا، علوم السياسة : الأصول و النظريات . مصر : مؤسسة شباب الجامعة، 2009.
- 11- د. صالح خليل أبو إصبع ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني. عمان : دار الشروق ، 2009.

- 12- د.عبد الكريم علي الدبيسي ، الرأي العام ، عمان : دار المسيرة ، 2011.
- 13- عبد الغفار رشاد القصبي ، الرأي العام و التحول الديمقراطي . مصر : مكتبة الأداب،
2004
- 14- محمد محمد البادي، مدخل إلى دراسة الرأي العام ، مصر : دار المهندسين للطباعة و
النشر ، 2006.
- 15- هيثم لهادي لهيتي ، الرأي العام بين التحليل و التأثير . الأردن : دار الاسامة للنشر و
التوزيع، 2011.
- 16- محمد منير حجاب ، وسائل الإتصال . القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2008.
- 17- عبد الرزاق محمد الدليني ، وسائل الإعلام و الاتصال . عمان : دار المسيرة و 2012.
- 18- خضر عبد المقصود "ماذا قالت صحف العالم عن الإنتخابات الرئاسية الأمريكية "تاريخ
النشر: 08.11.2016- 18:00.
- 19- رفعت سليمان "ماذا قالت أهم إستطلاعات الرأي الأمريكية عشية الانتخابات"
20- برفوق امحمد "دونالد ترامب يفوز بالإنتخابات الأمريكية الرئاسية و توالي ردود الفعل
الدولية".

الفهرس

2/1.....	: مقدمة
26/3	: <u>الفصل الأول</u>
17/5.....	: المبحث الأول
26/18.....	: المبحث الثاني
52/27.....	: <u>الفصل الثاني</u>
36/29.....	: المبحث الأول
52/37.....	: المبحث الثاني
60/53.....	: <u>الفصل ثالث</u>
55/54.....	: المبحث الأول
58/56.....	: المبحث الثاني
60/59.....	: المبحث الثالث
61.....	: الخاتمة

Les médias ont un rôle important à jouer pour influencer l'opinion publique en reflétant la scène politique, sociale et économique, etc. Le problème réside toutefois dans le fait qu'elle se reflète négativement ou positivement sur l'opinion publique et que cela est dû au fait que l'outil qui contrôle les médias est un élément clé du transfert de Mobilité politique ou scène à transmettre à toutes les personnes concernées, notamment les membres de l'analyse politique

الإعلام له دور كبير في التأثير على الرأي العام الذي من خلاله يعكس المشهد السياسي و الاجتماعي و الإقتصادي ... الخ إلا أن الإشكالية تكمن في أنه ينعكس على الرأي العام بالسلب أم الإيجاب وهذا يعود إلى الأداة المتحكمة في الإعلام ويعتبر الإعلام عنصر أساسي في نقل أي حراك سياسي أو مشهد لينقل إلى كل معني و خاصة أفراد التحليل السياسي