

تأثير وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الرأي العام

L'influence des médias sur l'évolution de la formation de l'opinion publique

د. سجية جمعي

جامعة مولود معمري-تيزي وزو (الجزائر)، sadjia.dje mai@ummtto.dz

تاريخ الإستلام: 2022 / 07 / 25 تاريخ القبول: 2023 / 04 / 08 تاريخ النشر: 2023 / 06 / 10

ملخص:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على كيفية تأثير وسائل الاعلام على تكوين اتجاهات الرأي العام ، تهدف هذه الدراسة الى إبراز أهمية ومكانة الرأي العام في العملية السياسية سواء كانت داخلية أم خارجية ، وكذا في العملية الاجتماعية أو الاقتصادية . وتعتبر دراستنا من الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم بالظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها ، حيث قمنا بوصف خصائص هذه الظاهرة التي تجمع بين جمهور وسائل الاعلام وقادة الرأي .

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، الاعلام، اتجاه، التعرض الانتقائي ، قادة الرأي ، تأثير

Abstract:

This study attempts to shed light on how the media influence the formation of public opinion trends, This study aims to highlight the importance and position of public opinion in the political process, whether it is internal or external, as well as in the social or economic process. Our study is considered one of the descriptive studies that is based on the interpretation of the existing situation of the phenomenon or problem by defining its conditions and dimensions,, where we described the characteristics of this phenomenon that combines the mass media and opinion leaders.

Keywords: public opinion, media, trends, Effect, selective exposure, opinion leaders.

1. مقدمة

تعد وسائل الاعلام بمختلف انواعها المرئية والمسموعة والمقروءة وما صاحبها من مواقع اليكترونية مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية، والأكاديمية والاجتماعية والفكرية. وفي عصرنا الحالي فقد بدأت قيمة الرأي العام بالازدياد، مما دفع بالنظم والجماعات السياسية للاعتناء بكسب ود الرأي او السيطرة عليه وتوجيهه وفق رؤية ذلك النظام أو تلك الجماعة السياسية ، ثم ان ذلك صار يتيح لوسائل الاعلام قدرا اكبر من الاهمية والفاعلية خلال دورها في النقل المتبادل للمعطيات الاعلامية بين طرفي المعادلة ، الانظمة السياسية في جانب والجماهير في الجانب الاخر وقد اتفق الباحثون في هذا المجال على أنها الصحافة التي نتحت عن عن انفتاح مختلف وسائل الاعلام على الجمهور ووفرت لهم فضاءات للتعبير عن آرائهم بشكل جعلها تساهم في تشكيل الرأي العام لدى المستخدمين عن طريق طرحها لآرائهم وانشغالهم في مختلف المجالات الخاصة السياسية منها والاجتماعية.

فقد وصف العالم تشالز كولي (charles cooly) الرأي العام بأنه لا يعد تعميقا لأحكام فردية منفصلة، وإنما هو تنظيم خاص محصلة للتأثير المتبادل الناشئ عن عملية الاتصال بين أفراد تتم بوسائل مختلفة.

- إشكالية البحث:

على الرغم من أهمية تأثير وسائل الاعلام فيه خصوصا التلفزيون والإذاعة والصحافة وشبكة الانترنت وغيرها كمصادر إعلامية لتشكيل الرأي العام. حيث لمس الباحث ندرة في مجال الدراسات الإعلامية التي تتناول هذا الجانب حيث ازدادت أهمية دراسات الرأي العام والإعلام في مختلف الكليات وشتى التخصصات ،، فمهمة الوسيلة الإعلامية تتضمن بتزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة الصادقة. ولتكوين الرأي العام المستنير نتيجة للإعلام الصادق ،فانه لابد من دراسة الجماهير دراسة علمية وافية ودقيقة واعداد المواد الإعلامية المناسبة لها في الزمان والمكان والظروف التي تناسب هذه الجماهير.وقد ثبت في كثير من الأحيان أنه من المحتمل ألا يعرض الانسان تفكيره الا للمعلومات التي تدعم آرائه ولا تتعارض معها وتسمى هذه العملية "بالتعرض الانتقائي".واذا كانت وسائل الجماهيرية تسهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام الى حد كبير، فلا يعني هذا أن هذه الوسائل تعكس الرأي العام بصورة الية ،لكنه من العسير أن يتكون رأي عام في مجتمع معين دون وجود وسائل نقل الأفكار والمعلومات في هذا المجتمع وعلى نطاق واسع.

مما جعلنا في حاجة إلى المزيد من الوعي من خلال وسائل الاعلام عن المخاطر التي قد تنشأ بسبب الرأي العام المصطنع الذي يقوم على الدعاية الجوفاء التي تستند على الأكاذيب وشل التفكير. اذ لابد أن يركز تشكيل الرأي العام على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير بهدف الارتقاء بمستوى الرأي العام وهذا يتوقف على اختيار الوسيلة المناسبة لإيصال مضمون معين ولجمهور محدد وسنحاول في دراستنا هذه معرفة تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات تكوين وتشكل الرأي العام ،وذلك من خلال الاجابة على أسئلة الدراسة :

1-ما هي أهم التصورات النموذجية لمفهوم الرأي العام؟

2-ما هي العوامل الاجتماعية المحددة للرأي العام؟.

3- ماهو تأثير وسائل الاعلام على قادة الرأي ؟

4- ما هو نوع التأثير الذي يتركه التعرض لوسائل الاعلام؟

-أهمية الدراسة:

يبرز التأثير الذي يمكن أن يمارسه الاعلام في معالجة بعض القضايا الهامة التي تمكن من تشكل الراي العام ،والتي تربط بدورها بين جمهور وسائل الاعلام ووسائل الاعلام في حد ذاته .فلا بد من وسائل الاعلام أن تقوم باختيار المواضيع التي تتفق مع أفكارهم وتمكنهم من حل مشكلاتهم اتجاه قضية معينة .غير أن ثمة تأثير اخر للإعلام لا يقل أهمية من خلال نقل الاحداث وتفسيرها ،بحكم ان الجمهور يعتمد على وسائل الاعلام كمصدر أساسي للمعلومات ،كما ترفع وسائل الاعلام من مستوى وعي عند الجماهير وتنشيط فعاليتهم في المجتمع حتى تمكنهم من تشكيل اتجاه الراي العام .

-أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى: -محاولة ضبط مفهوم راي العام الذي تباين مفهومه من باحث لآخر .

-محاولة ابراز أهمية تأثير قادة الراي ودورهم الحيوي في العمل الإنتاجي ،ذلك ان قادة الراي يقوم بدور الوسيط بين أجهزة الاتصال الجماهيرية وبين الناس في عملية الاعلام.

ابراز نوعين من الراي العام :راي عام مصطنع الذي يستند على الأكاذيب والخداع،والراي العام المبني على الصدق والصرحة.

تبيان أهم التأثيرات التي تتركها وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والشبكات الاجتماعية من خلال تعرض الجمهور لهذه الوسائل الإعلامية.

أولاً: الراي العام في المجتمع وتعريفاته المختلفة

لايوجد إجماع بين المعينين بدراسة الراي العام والمختصين في مجال تعريف محدد ، ودقيق للراي العام يلقي رضا جميع الباحثين في العلوم الإنسانية بشكل عام وعلوم الإعلام بشكل خاص، وذلك إنما يعود إلى أن ظاهرة الراي العام بحد ذاتها ظاهرة ديناميكية (متحركة)متبدلة ،كما ان الزاوية التي ينظر عن طريقها اي باحث في الراي العام تختلف عن تلك التي ينطلق منها باحث اخر (عدي ابراهيم المناوي، 2014، ص52)،

1. تعريف الراي العام

من الناحية اللغوية فالراي حسب التعريفات المعجمية عملية تتعلق بالعقل والنفس والارادة والحواس معا، بمعنى أن العملية متعددة الجوانب والابعاد ،فلو كان الامر يتعلق ب"العقل لوحده" لسهل تحديده باعتباره عمليات تفكير وتخيل عقلية ،والراي العام لا يخلو من "العمليات العقلية "، أي ان العقل يساهم في بناء جوانب الراي العام تجاه القضايا المختلفة من خلال المعطيات المنطقية والمعلومات التي يقوم العقل بتحيصها ليبنى فوقها جانباً ،وجانباً أساسياً من بناء الراي العام (ماجد أحمد المومني،، 2015، ص269). لكن الامر لا يقتصر على العقل مثلما يشير التعريف اللغوي، اذ ان له علاقة أيضا

بالاعتقاد، وهذا يحيل الى النفس والشعور والايमान بصرف النظر عن الضوابط العقلية احيانا ، وذلك شبيهة بالإيمان الديني في احد جوانبه . (عزام ابو الحمام، 2015، ص 138-139)

ونتيجة للجدل والنقاش القائم برزت العديد من التعاريف القائمة حول الرأي العام . فيرى ماكينون: "انه تلك العاطفة ازاء موضوع معين التي يرحب بها اكثر اعضاء الجماعة اطلاعا وذكاء وتمسكا بالأخلاق، هذه العاطفة لا تفتا تنتشر وتعتنق تدريجيا من جانب جميع الاشخاص تقريبا الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة ومتحضرة." (نعيمة واكد، 2011، ص 43) ، بينما يرى د. ابراهيم امام انه "الفكرة السائدة بين جمهور من الناس ، تربطهم مصلحة مشتركة ازاء موقف من المواقف او تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم او تتعلق بمصالحهم المشتركة". ويرى Albigh "انه الناتج عن تفاعل الاشخاص في اي شكل من اشكال الجماعة أو هو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة عامة ". (نعيمة واكد، مرجع سبق ذكره ص 43)

كما يعرف ليونارد دوب L.W.DOOB. الرأي العام هو ميل الناس اتجاه قضية معينة عندما يكونون أعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية. وقد يصل الناس الى تكوين رأيهم العام عن طريق النقاش ، فالرأي العام عنده ناتج عن ضرب الآراء الفردية بعضها ببعض ، اي حصيلة الآراء الفردية المشتركة والتي تشكل رأي الجماعة". تعريف جولدنسون: الرأي العام هو ذلك الاتجاه نحو قضية ما او مجموعة من القضايا تهم مجتمعا معينا. اما فلوريد البورت: F.Allport فيعرف الرأي العام بانه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة ما، اما من تلقاء أنفسهم او بناء على دعوة توجه اليهم، تعبيراً مؤيدا أو معارضا لحالة معينة أو شخص معيناً واقترح ذي أهمية واسعة الانتشار بنسبة وكثافة وثبات معين مما يترتب عليه احتمال القيام بعمل مباشرة او غير مباشرة فيما يتعلق بالموضوع الذي يدور حوله الرأي العام. (عزام ابو الحمام، 2011، ص 139-140)

أما تعريف احمد بدر فيعرف الرأي العام: "بانه التعبير الحر عن اراء الناخبين او من في حكمهم بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها على ان تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة ، والأمور ذات الصالح العام ، وبحيث يكون هذا التعبير لرأي الأغلبية وبرضاء الاكثرية (أحمد بدر، 1977، ص 17).

والرأي العام ايضا ، هو مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة او مجاميع اجتماعية حيال احداث او ظواهر من الحياة الاجتماعية ، أو ازاء نشاط الطبقات والافراد. وقد يكون ايضا حصيلة لأفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات ازاء شأن من شؤون تمس النسق الاجتماعي كأفراد دو منظمات ونظم والتي يمكن أن يؤثر في تشكيلها من خلال عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسبيا او كليا في مجريات امور الجماعة الانسانية على النطاق المحلي او الدولي ، وقد تقود مواقفهم الى التأثير السلبي او الايجابي على الاحداث بطريقة مباشرة في لحظة معينة من التاريخ. (ضرغام الدباغ، 2016، ص 139-140)

وتعرف الدكتورة حميدة سميسم الرأي العام بأنه الرأي السائد الذي ينبع من الافراد وغايته الجماعة (الجماهير) بعد السؤال والاستفهام والنقاش، تعبيراً عن الارادة والوعي تجاه امر ما، وفي وقت معين ويشترط موافقته للشريعة والسير في حدودها، من أجل تنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لأفراد الأمة. ولذلك فان الرأي العام قد يعرف بأنه: "المعتقدات والاعتقادات أو اراء

الأفراد عنانومور ومسائل واسعة الانتشار او عن مصلحة عامة او شان عام ،وقد يدرس الراي العام في نطاق الاقتناعات الخاصة بالمسائل العامة في لحظة معينة من الزمن ، ومن المهم ان نشير ايضا الى ان الراي العام ليس معادلا لآراء الجماهير لان الراي العام لا تصنعه الجماهير بقدر ما تصنعه الجماعات المنظمة وقادة الراي.(حميدة سمسيم2002، ص32).

وبناء على ما سبق ،يمكن تعريف الراي العام من منظور اوسع على انه وفاق جماعي بشأن الأمور السياسية والمدنية ،توصلت اليه الجماعات المكونة للمجتمع الأكبر،ويمكن ان تتنوع هذه الجماعات من كيانات صغيرة الى جماعات ومجتمعات دولية ضخمة.(ماكس ملكومز،سبيروكيوسيس رلانس هوليرت1981ص8).

2-أهمية معرفة الراي العام:

إن تزايد الإهتمام بظاهرة الراي العام وتزايد أهميته في العقود الاخيرة جاء نتيجة لعدد من العوامل .فانتشار التعليم والتصنيع وتوسع الحدود الديمقراطية في التعبير والحكم ،ثم ثورة الاتصالات والمعلومات جعلت من الراي العام قوة يحسب لها الحسابات الكثيرة في الدول اللاديمقراطية والدول الديمقراطية على حد سواء ، فقد ثبت أن الراي العام يمكن ان يطيح بقوة الحكم ،وان يأتي بنظام جديد لأن الراي العام هو الحاضرة الحقيقية للثورات وحركات التمرد وللمعارضة وهو ايضا قوة كبيرة كالطاقة تحرص السلطات الحاكمة على كسبها للمساعدة في تنفيذ سياساتها.ومن اهمية معرفة الراي العام هو ان الكثير من المؤسسات الاقتصادية الصناعية تلجا لمعرفة رأي الجمهور وتعتبره ضرورة لخطط تطوير المنتجات ،أو تقديم خدمات اضافية للجمهور ، ودرجة قبول الجمهور لأنشطتها ، والوقوف على الراي العام يعود بمنافع دفع الجمهور للمشاركة في صناعة القرار وتكوين الأفكار الضرورية للتطوير.ومن الجوانب الضرورية في معرفة المسبقة للراي العام ، هو منح القيادات :السياسية ،الاقتصادية ،الاجتماعية ،الادارية القدرة على التنبؤ بدرجة اقرب للصواب، في معرفة توجهات الراي العام ،واحتمال تسليط المؤثرات عليها.ويمكن تلخيص اهمية معرفة الراي العام في النقاط التالية :

*-تساعد معرفة الراي العام في عملية التخطيط في الصعد المختلفة سياسيا وتربويا واقتصاديا واجتماعيا ،وتساعد معرفة الراي العام على حل الكثير من مشكلات المجتمع ،والراي العام يعتبر المقدمة الاولى لسن القوانين وتعديلها عبر البرلمانات في الدول الديمقراطية بواسطة نواب الشعب باعتبارهم ممثلين منتخبين بأصوات صناع الراي العام.

*-الراي العام يشكل قوة كامنة تساهم مساهمة كبيرة في تماسك المجتمع وقواه الفاعلة في وجه الاخطار المحدقة بالوطن سواء من الخارج او من الداخل :وذلك عندما يجري استشارة هذا الراي العام بقصد وتخطيط لرفع الحالة المعنوية للجماهير والجيش او بشكل عفوي مثلما يحدث في حالات الحروب او تهديد المصالح من الخارج او مثلما يجري ضد السياسات الخاطئة التي تمس مصالح الغالبية.

*-الراي العام يشكل مصدرا محفزا للكثير من مؤسسات الاعمال الخيرية لانه يوفر لها التعاطف والدعم المالي والمعنوي والبشري كالدعم الذي تتلقاه جمعيات الهلال والصليب الاحمر الدوليين او المنظمات الدولية التابعة للأمم المتحدة او على المستوى الوطني كما يجري في دعم لجان الزكاة او المؤسسات الخيرية التي تعني بالحيوان او بالمسنين او بالمهاجرين واللاجئين(ضرغام الدباغ ،نفس المرجع السابق).

-يتشكل الرأي العام بواسطة الزعماء القادة :حيث أن تحكمهم في وسائل الاعلام يتيح لهم فرصة تعبئة مشاعر وتطلعات الجماهير في المسار الذي يرغبونه (نعيمة واكد، نفس المرجع السابق 46)

ثانيا-العوامل المؤثرة في تكوين الراي العام :

توجد عوامل متعددة تساعد على تكوين الراي العام وتقويته ،وجعله ذا اهمية كبرى في توجيه المجتمع وتعديل المشروعات ،والحكم على الخدمات ،وتقدير النتائج المحتملة ،وفيما يلي اهم هذه العوامل:

1-نشر التعليم:

فلا يمكن ان يقوم راي عام ناضج مستنير بين افراد مجتمع يسوده الجهل ،وتنتشر فيه الامية ،ولذا يجب العمل على التخلص من الامية حتى يتمكن من المشاركة الفعالة في مناقشة القضايا التي تعنى له ، على ان انتشار الوعي الاجتماعي والقومي بين افراد المجتمع وشعورهم بالولاء للمجتمع .والثقة في حاضره ومستقبله ،والعمل والتضحية في سبيله ، واعتزازهم بتراثهم الاجتماعي ، مما يساعد على تكوين راي عام له اهمية ، حتى ولو كانوا غير متعلمين (جهان احمد رشتي، 1971، ص217-218).

1.1-الأخذ بالديمقراطية وأساليبها:

الديمقراطية بمعناها السليم تعترف بحقوق وحريات عديدة للأفراد ،وتحرص على تأكيدها ، ووضع الضمانات اللازمة لممارستها ،فالديمقراطية تكفل مثلاً حرية اصيلة هي حرية الراي ،ومعناها حق الفرد في التعبير عن اراءه وبيان افكاره للناس ،والاعراب عن مبادئه ومعتقداته بالصورة التي يراها سواء لجأ الى الاتصال المباشر بهم ، او اتبع وسائل النشر المختلفة .ومن مظاهر حرية الراي ، حرية الاجتماع وتأليف الجمعيات ، بمعنى حق الافراد وقدرتهم على التجمع فترة من الوقت في مكان معين للتعبير عن افكارهم وتبادل الراي في مختلف المسائل ، ولهم ايضاً حق تأليف الجماعات المختلفة التي تمارس انواع النشاط المختلفة. كالنقابات والاندية ، وذلك كله في حدود القانون ، واذا كانت الديمقراطية توفر للمواطنين الكثير من الضمانات والحقوق التي تفسح المجال للحريات ، ومناقشة مشاكل المجتمع وقضاياها ، فإنها تعتبر من اهم العوامل على قيام راي عام ، قوي الدائم ، وخاصة اذا ما اعتمد النظام الديمقراطي على مبادئ الحزبية . (عبد الرحمن عزي 2003، 68).

1.1.1-الوضع الاقتصادي:

ان مستوى الدخل القومي وحصص الفرد منه هي عامل اساسي في قدرة الافراد والمؤسسات على اعتماد الوسائل الاتصالية والاعلامية المتاحة او الضرورية ، ولذلك فان شبكة الانترنت مثلاً كانت اكثر انتشاراً في البلدان الصناعية الغنية ، ويلاحظ انه كلما تدنى الانتاج الاقتصادي في الدولة كلما كانت الوسائل الاتصالية والمعرفية اقل انتشاراً. (ماجد احمد المومني، نفس المرجع السابق 272، 273) وبالتالي فان المجتمع الاكثر حيابة للوسائل الاتصالية اقل اضطراراً للتأثر برأي الصفوات والنخب المتنفة او قادة الرأي العام او الاعلام الحكومي. ومن ناحية اخرى ، تعمل وسائل الاعلام على ترسيخ الازعاج الاقتصادية القائمة ، والترويج لها ، والسعي لإثبات فعاليتها. (عزام ابو الحمام ، نفس المرجع السابق، ص167-168)

2.1.1-الدين والانتماء القومي: من الناحية العقائدية يتأثر الراي العام بالعناصر العقائدية في المجتمع تجاه الكثير من القضايا وخصوصاً تلك التي تمس بطريق مباشر او غير مباشر العقائد التي يؤمن بها الناس ، وعليه

فان موقف المجتمعات الاسلامية تجاه الحرب على العراق او أفغانستان مثلا كان مغايرا الى حد كبير لموقف المجتمعات التي كانت تسود فيها اغلبيه غير مسلمة. وكان المثال الأوضح في هذا الصعيد اتجاهات الرأي العام الدولي اتجاه الرسومات الكاريكاتورية المسيئة للرسول محمد عليه الصلاة والسلام التي ظهرت في صحف بعض الدول الغربية وفي اسرائيل ايضا.

وتبدو مسألة تأثير الدين الكبير امرا بديهيا في تشكل المعايير القيمية والسلوكية ،فالدين او القيم الدينية لها التأثير الكبير في اتجاهات الافراد والجماعات ،وفهمها يساعد على فهم الاتجاهات المدروسة، ولابد معه من دراسة الدين والقيم الدينية ومدى تأثيرها في المجتمع قبل الشروع بدراسة الرأي العام او تحضير الاساليب البحثية المناسبة لاستطلاعات الرأي(DavedRisman,1961,p3-21)

وفي مجتمعات كثيرة في العالم ،فان الانتماء القومي او العرقي ايضا له اثاره في توجيه الرأي العام، فلا يجوز النظر الى المجتمع كوحدة واحدة لا فروق أو تمايزات فيها، ولذلك فان استطلاعات الرأي العام يجب ان تأخذ بعين الاعتبار التوزيع الديني والقومي خلال المجتمع الواحد، فمثلا لا يجوز اجراء استطلاع في منطقة معينة ذات اغلبيه مذهبيه معينة لتعمم نتائجها وتسحبها على ذلك المجتمع ،وفي هذا الصدد لا يكفي الانتباه للتوزيع المذهبي بل يجب ايضا اخذ بعين الاعتبار النسب المئوية في كل منطقة. وهذه مسألة تتعلق باختيار العينات ويجب معرفتها معرفة جيدة، فمثلا لا يجوز ان تجري استطلاعا للرأي في قرية مسيحية واحدة مثلا ونعتمد على ذلك في تعميم النتائج على كل المواطنين المسيحيين في لبنان مثلا. (مرجع سبق ذكره ص17)

ثالثا- تأثير وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام

3.1- تأثير وسائل الاعلام على الفرد

إن الحديث حول مدى وجود اثر لوسائل الاعلام على الفرد لم يعد موضوعا جدل والنقاش، ولكن الجدل والنقاش يتناول كمية هذا التأثير ونوعه وهل هو تأثير الى الاحسن ام الى الاسوأ، وقد زاد الاهتمام بصورة ملحوظة من اجل تحديد اثر وسائل الاعلام على الناس وكم هذا التأثير ونوعه وابعاده المختلفة .

وفي الحقيقة ان الهدف النهائي لعملية الاتصال هو احداث الاثر المطلوب في جمهور المستقبلين للرسالة الاعلامية ،فالاتصال يسعى الى تحقيق رد فعل او استجابة Response. وهذا هو العنصر الاخير من عناصر العملية الاعلامية كما حددها "هارولد لازويل" بقوله "With which effect". والمرسل يسعى للتأثير على شخص معين او جماعة معينة من الناس. (محي الدين عبد الحليم ، 2009، 173-174-). ولكي يقوم الاعلام بتشكيل الرأي العام الواعي عليه أن يقوم بتزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات ومحريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف ،مما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة.

وبالتالي فإن التأثير على الآراء لا ينبغي ان يحدث بتغيير الحقائق او تشويهها ،وانما يمكن ان يتم ذلك بتعديل نظرة المستقبل للرسالة الاعلامية لموضوع معين او حقيقة واقعة، بحيث تلتقي وجهة نظر رجل الاعلام ،وبذلك يمكن كسب ثقة الجمهور بعدم تغيير الوقائع من جهة ،واجتذابه نحو وجهة نظر رجل الاعلام من جهة أخرى(سمير محمد حسين 1984 ص22) ،

وتشير أبحاث الاتصال الى أن الاتصال الجماهيري يحتمل بشكل عام ان يدعم الآراء الموجودة بين الجمهور أكثر مما يحتمل ان يغير تلك الآراء ، وحدوث التغيير البسيط في الاتجاهات يبدو أكثر من احتمال حدوث التحول في الرأي ، ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل الى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات والمستويات حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية.(فواز منصور الحكيم ، 2010، ص154) ويرجع السبب في ان وسائل الاعلام تعمل أكثر كأداة للتدعيم منها كأداة التغيير الى الطريقة التي يتم بمقتضاها تحقيق وسائل الاعلام للتأثير ، ذلك او وسائل الاعلام تحدث اثرها من خلال مؤثرات وسيطة خارجة عن ظروف الاتصال. ومن بين هذه العوامل الوسيطة (احمد بدر، 1977، ص17)

1-الاتصال الشخصي:

يرى "كارتز" و"لازارسفيد" أن التأثير الشخصي هو أهم طرق التأثير حيث تبين انه يحدث تأثيرا بعيدا يفوق كل المصادر الاخرى في اتخاذ الناس لقراراتهم ، ويقول "كارتز" و"لازارسفيد" انه اصبح من الواضح بعد دراسة حملة الانتخابات الأمريكية عام 1940 وجود اشخاص معينون في كل طبقة اجتماعية يلعبون دورا مكملًا للاتصال الجماهيري ، وبسؤال الافراد الذين غيروا اتجاهاتهم الانتخابية عن المصدر الذي كان له اثره في اتخاذ لقراراتهم الانتخابية كانت اجابتهم هي "الناس" The people حيث يميل الناس الى تأييد المرشح الانتخابي الذي يؤيده زملائهم. (محي الدين عبد الحليم ، نفس المرجع السابق، ص174-175)

2-قادة الرأي ودورهم في المجتمع

لقد افادت البحوث الاعلامية التي قام بها المهتمون بموضوع الاتصال الشخصي عن اكتشاف التأثير المهم الذي يمارسه قادة الرأي في المجتمع ،وقد اشارت البحوث ان قادة الرأي اكثر اهتماما بمتابعة الموضوعات التي تناولتها اجهزة الاعلام من الاخرين الذين يتأثرون بهم followers ، وقد تأكدت حقيقة ان الاهتمام بوسائل الاعلام وما تعرضه من قضايا واحداث شرط اساسي لقيادة الرأي ، وليس من الصعب تفسير هذه الحقيقة ، حيث ان قادة الرأي يسعون الى الحصول على المعلومات التي تجعلهم على اتصال وعلم بمجريات الامور في وطنهم وان الذين يجهلون مجريات الامور في الوطن يميلون الى قبول وجهات نظر هؤلاء القادة على اعتبار انهم قد حصلوا على قسط مناسب من المعلومات وتزودوا بالإحصاءات الكافية التي يتوفر فيها عنصر الجودة واثارة اهتمام الناس. (فواز منصور الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص170)

رابعا-التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام: يعرض الناس انفسهم لوسائل الاعلام بشكل انتقائي ، ويختارون ما يتفق مع اتجاهاتهم السابقة ويتجنبون التعرض للرسائل التي لا تتفق مع وجهات نظرهم ، واذا ما تعرض الناس لوجهات نظر مخالفة فكثيرا ما يدركون معناها بشكل محرف ، ليجعلونها تتفق مع وجهات نظرهم وهذا هو ما يسمى بالإدراك الانتقائي. كذلك يميل الناس الى تذكر المواد التي تتفق مع آرائهم أكثر من تذكرهم للمواد المخالفة لها، وهذا هو "التذكر الانتقائي"، حيث اتضح لنا أن الكثير من الناس لا يكون رأيه عن الأشياء كما تحدث في الواقع ، ولكنهم يرون هذه الأشياء من خلال الصور التي كونوها في رؤوسهم عن هذه الأشياء من قبل.

وبناء على ذلك ، فان وظيفة وسائل الاعلام هو التركيز بأعلى كفاءة ممكنة بهدف نقل المعلومات لإحداث الاستجابة المطلوبة ، ذلك أنه اذا لم تكن نتوقع استجابة للعمل الإعلامي فلا حاجة بنا اليه ، وهذا يعني ان اردنا أن نحقق الغاية من الاتصال فإننا يجب ان نحصل على الاستجابة المطلوبة فعلا.

ويقول هيرمان ويلز و"بينيامين ويلز" في كتابهما "الاتصال الجماهيري والتعليم" انه من المعروف منذ وقت طويل أن الناس يميلون الى ادراك ما يرغبون في ادراكه فعلا ، كما أنهم يكونون أكثر اشتياقا الى الاتصال الذي يعالج الأمور والمواقف التي يتحيزون لها ويدافعون عنها والتي اقتنعوا بها من قبل.

(.Frochlich John,p445)

3-خاتمة:

إن وسائل الاعلام شديدة التأثير على اتجاهات الرأي العام ، وفي البلدان الرأسمالية المتقدمة تقوم تلك المؤسسات الاعلامية باستفتاءات واحصائيات تقوم بنشرها على اتجاهات الرأي العام وشعبية المسؤولين الرسميين من رجال الدولة والسياسة والاحزاب الرئيسية ، وتنشروا وتحجب عن نشر الحقائق الاجتماعية او تحريفها او بنشر ما يسمى في الدول الغربية (نصف الحقيقة). كما تشير كثير من الدراسات الى ان الناس ليس من السهل اقناعهم بتغيير آرائهم وسلوكهم ، حيث ان زملاء العمل والاقارب والاصدقاء قد يساعدون ان يعرقلون قبول الافكار الجديدة ، وكل هذا تنطوي على علاقات شخصية تقف بين وسيلة الاعلام والفرد الذي يعتبر الهدف النهائي للعمل الاعلامي.

ولحماية وسائل الاعلام من صناعة رأي المتلقي توصلنا من خلال اراء بعض المبحوثين الاعلاميين الى جملة من النصائح والتوجيهات منها :

- 1- ضرورة اعادة النظر في البيئة الاعلامية والاتصالية فيما تبثه من معلومات.
- 2- ضرورة الاهتمام بالمواضيع التي تكون أكثر أهمية وعمقا في المجال الاعلامي والتي تفسر الكثير من الظواهر والاشكاليات الاعلامية.

ضرورة اكتشاف التأثير المهم الذي يمارسه قادة الرأي في المجتمع.

قائمة المراجع:

- 1- عدي ابراهيم المناوي، (2014) التيارات السياسية العلمانية وصناعة الرأي العام <https://books.google.dz>
- 2- ماجد احمد المومني، (2011)، الرأي العام ، مفاهيمه ومدلولاته: (الأردن، عمان، 2011)، ص32
- 3- عزام ابو الحمام ، (2015)، الاعلام والمجتمع ، (دار اسامة للنشر والتوزيع دار اسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ، عمان ، 2015)، ص138-139
- 4- نعيمة واكد، 2011، مقدمة في علم الاعلام TAKSTDJ.COM (للدراستات والنشر والتوزيع، 2011)، ص43
- 5- نعيمة واكد ، مرجع سبق ذكره، ص44
- 6- أحمد بدر (1977)، الرأي العام، طبيعته وتكوينه ، وقياسه ودوره في السياسة العامة (القاهرة ، مكتبة غريب، 1977) ، ص17
- 7- فواز منصور الحكيم ، 2010 ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، (دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان 2010) ، ص170
- 8- عزام ابو الحمام ، ، نفس المرجع السابق7
- 9- ضرغام الدباغ ، (2016) محاضرات في الاعلام والرأي العام (الأكاديميون للنشر والتوزيع ؛ عمان: الأردن)، ، ص139-140
- 9- عزام ابو الحمام ، مرجع سبق ذكره ، ص194.
- 10 حميدة سيمسيم، بنية الصورة وسياسة الاتصال، دراسة في اشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك والثقافة العربية في الباحث الاعلامي ، جامعة بغداد، حزيران، 2009.

- 11-نعيمة واكد ،مرجع سبق ذكره، ص44.
- 12 جيهان أحمد رشتي،التنسيق والتكامل في مجال التخطيط الإعلامي على المستوى الوطني "في قضية التخطيط الإعلامي في الوطن العربي (القاهرة :المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم 1980) ص9.
- 13عبد الرحمن عزي ،دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز(بيروت،مركز دراسات الوحدة العربية 2002)، ص67-68
- 14 --ماكس ماكومز ،سيبروكيو سيس ، رلانسهولبرت ،ترجمة محمد صفوت حسن ،دار الفجر للنشر والتوزيع(1981)، ص8
- 15-ضرغام الدباغ، نفس المرجع
- 16-فواز منصور الحكيم ،2010،مرجع سبق ذكره.
- سمير محمد حسين ،الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام(ط1: القاهرة ،عالم الكتب، 1984- ص22
- 17،-محي الدين عبد الحليم، 2009 فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال(مكتبة الانجلو مصرية، جامعة الازهر؛
- 18-Daved Rismann,NathanGlazerReuelDenng,theCrowd : Astudy of the changing American character, Abridgededitionwith a new foreward,(New Haren, conn ; Yale University press,1961)p3-21
- 19-FrochlichJohn,information transmittal and Communication susten p445)