

أهمية وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام

The importance of the Mass media in shaping the Public Opinion

د / سميرة بلعربي *

الملخص

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في المجتمع فهي المؤطر لعملية البناء الاجتماعي و الثقافي و السياسي و... و من المجالات التي يبرز فيها بوضوح هذا الدور نجد تكوين الرأي العام، فبما أن وسائل الإعلام تساهم في عملية البناء، فهي تعمل تدريجيا على تكوين الرأي العام حول مختلف القضايا ذات البعد الوطني أو الدولي، و يلاحظ في هذا الإطار أن وسائل الإعلام المختلفة تكمل بعضها البعض في هذا الخصوص حيث تستغل خصوصياتها التي تمكنها من القيام بهذا الدور، فالتلفزيون مثلا يحاول الدمج ما بين الصورة و الصوت في سبيل إقناع المشاهد بالتحليل التي يقدمها، في حين تركز الصحافة المكتوبة أكثر على الكلمات .

Abstract:

The mass media plays an important role in society, as it is the framework for the social, cultural, and political construction process, and one of the areas in which this role is clearly visible is the formation of public opinion. Since the media contribute to the building process, it gradually works to form public opinion. On the various issues of the national or international dimension, and it is noted in this framework that the various media complement each other in this regard as they take advantage of their peculiarities that enable them to play this role, for example, television tries to combine the image and sound in order to convince the viewer of the analyzes it provides Whereas, the writing press anchors on more written words.

* -أستاذة محاضرة أ ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية-جامعة البويرة-الجزائر/s.belarbi@univ-bouira.dz

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام، لكن يجب لفت الانتباه إلى أن وسائل الإعلام ليست العامل الوحيد المؤثر في تكوين الرأي العام، لكن طابعها الجماهيري مكنها من إحداث تأثير سريع و قوي ،فإلى جانب هذه العوامل توجد عوامل أخرى اجتماعية و ثقافية تؤثر في اتجاهات الأفراد و آرائهم ،فالأُسرة هي أحد أهم الأسس التنظيمية للرأي العام، هي أصل المشاعر و الوضع الاجتماعي و التطلعات، وهي مؤسسة رئيسية لنقل الثقافة(حاتم،ص101) ، كما أن الدور الفعال و المؤثر الذي لعبته و لا زالت تلعبه الأديان في تكوين الرأي العام لم يكن وليد عصرنا هذا بل يعود إلى العصور القديمة حيث كانت الشعوب على اختلاف مستوياتها تلجأ إلى الدين كاحتياط ثقافي أكثر منه روحي لحل كل المشاكل التي اعترضتها في حياتها اليومية(بوريشة،ص96) ،بالإضافة للتراث الثقافي الذي يعد عنصراً هاماً من عناصر الرأي العام و يعمل على تكييف الأفراد و الجماعات و تهيئتهم لتبادل أفعال وردود أفعال معينة تحدد أنماط سلوكهم(حاتم،ص75) .

يمنح النظام الديمقراطي للجماهير الحرية في التعبير عن الأفكار و يعطيهم أيضاً الحق في المناقشة الحرة التي تنطلق من حقائق أساسية تتعلق بالقضية محل المناقشة ما يسمح بإيجاد رأي عام قوي و ناضج، أي أن الرأي العام المستنير المؤثر لا يمكن أن يتحقق في غياب الديمقراطية أو أن تضمن سلامته في ظل الأنظمة الفردية التي تنكر على الجماهير حقها في المشاركة في حكم نفسها، أما في النظم الديكتاتورية فتوضع القيود على الحرية الفردية و الجماعية و تفرض الرقابة على جميع وسائل الإعلام ،و في الغالب تملك الدولة نفسها هذه الوسائل و تمنع تملكها على الأفراد و الجماعات و الهيئات و تقوم بدعاية قوية باستخدام أساليب منافية للأخلاق كالكذب و الخداع و التهويل و التضليل و حجب الحقائق عن الشعب، وفي هذه الحالة يتم خلق رأي عام مصطنع أو مفتعل يكون في العادة فجاً أو متسمماً بالسذاجة و الغفلة و هو ما حدث للرأي العام في ألمانيا النازية و إيطاليا الفاشية إبان الحرب العالمية الثانية(بدر،ص231-232).

و بالتالي فالعلاقة بين وسائل الإعلام و الرأي العام تتعلق بطبيعة النظام السياسي نفسه و الوصول إلى الرأي العام يسوده الاختلاف و الصراع بين وجهات النظر المختلفة، لأن أفراد المجتمع المهتمين ببحث المشكلة لا يفكرون بطريقة واحدة، فتفكير كل واحد منهم تتحكم فيه ظروف نشأة كل واحد منهم و بيئته و عوامل أخرى تختلف من فرد إلى آخر لذلك فالآراء يسودها عادة الاختلاف و الصراع كما أن العاطفة تتحكم في تفكير بعض الأفراد و بهذا يظل كل فريق يدافع عن رأيه ،حتى تتبلور هذه الآراء و يتم استبعاد الآراء غير الملائمة و هنا تلعب وسائل الإعلام دورها في بلورة هذه

الآراء و نشرها و مناقشتها(كحيل،ص97)، خاصة و أن التطورات التكنولوجية الهائلة التي عرفت هذه الوسائل زادت من قدرتها على تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير و توجيهها نحو آراء و أفكار معينة(حسين،ص70) .

فكيف يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم في تكوين الرأي العام؟ ، وما هي الأهمية التي تكتسبها كل وسيلة على حدى في هذا السياق؟

1- الإذاعة وتكوين الرأي العام:

كشف ظهور الإذاعة - بعد اختراع " الترانزستور " - عن القدرة العالية لهذه الوسيلة في نشر الأخبار لذلك اعتبرت من أهم وسائل الإعلام آنذاك، فهي لا تقطع على الفرد استمراره في حياته العادية، لذلك اهتمت الحكومات بهذه الوسيلة التي مكنتها من نشر وجهة نظرها بسبب الأهمية التي تكتسبها الإذاعة في تثقيف الشعوب و بالتالي في تكوين الرأي العام و التأثير فيه(بوريشة، ص124)، و تبرز أهمية هذه الوسيلة في كونها لا تتطلب مستوى تعليمي و ثقافي معين كما هو الحال في الصحافة.

ظهرت أهمية الإذاعة في الحرب العالمية الأولى، فبعد توقفها تابع العلماء بحوثهم لتطوير الفن الإذاعي فأنشئت في موسكو أول إذاعة تبث برامجها على بعد آلاف الكيلومترات.

و في عام 1920 أنشأت شركة " وستنك هوس " محطة إذاعية كبرى في الولايات المتحدة من أجل الترويج لأعمال انتخابية و دينية ، و يتميز المذيع بمزايا عديدة منها سعره المنخفض، أسلوبه البسيط و صغر حجمه ... الخ، و كل هذه العوامل جعلت منه أداة لا يمكن الاستغناء عنها في هذا العصر خاصة و أنها أداة تثقيفية و ترفيهية لقطاعات عريضة من الجماهير.

و يقول مارشال ماكلوهان " إن الكلمة المنطوقة تستثير الحواس الخمس في المستمع بشكل درامي"(السكري،ص222-223)، إن الإذاعة تتميز باتصالها المباشر بالجماهير الغفيرة على اختلاف قطاعاتها من الصفوة إلى الأميين من العامة، إذا أخذنا كمثال هيئة الإذاعة البريطانية BBC، فنجد أن الخدمات التي تقدمها تتوجه إلى جميع المستويات المحلية و العالمية و بالتالي فهي قريبة جدا إلى الكمال(سعد،ص71).

تتضمن برامج الإذاعة بالإضافة إلى عناصر الترفيه و التسلية جزءاً كبيراً من المواد اللازمة لتكوين الرأي العام كالأخبار و التعليق عليها و الخطابات التي يلقيها قادة الرأي العام في مختلف الميادين السياسية و الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية، وفي الدول الدكتاتورية تستعمل الإذاعة كأداة للدعاية السياسية لكن في الدول الديمقراطية وخصوصا عندما

تشرف الحكومة على الإذاعة، باستطاعة المستمعين الاحتجاج لدى ممثليهم في البرلمان على ما تقدمه الإذاعة، و مدراء الإذاعة يؤمنون بأن لهم رسالة تهدف إلى رفع المستوى الثقافي لأغلبية الناس(ربابعة،ص70).

لكنها قد تؤدي إلى عكس ذلك عندما تستعمل استعمالا غير سليم ما ينتج عنه رفض الشعب لهذه الوسيلة، إن الإذاعة وسيلة ساعدت كثيراً رجال السياسة و الحكام في تسيير أمورهم الداخلية و الخارجية لذلك استعملوها في الحملات الانتخابية و توجيه الوعي السياسي و التشهير بالأعداء، كذلك تستعمل لشرح البرامج السياسية.

رغم المساوئ أو المحاسن التي تتميز بها الإذاعة، إلا أنها تعتبر الوسيلة الأكثر تأثيراً في تكوين الرأي العام وإيجاده والمحافظة عليه، و السبب يعود إلى أن الإذاعة و اعتمادا على مجموعة برامجها أصبحت تؤثر في تكوين الرأي العام من خلال مشاركة المواطنين في برامجها مباشرة، فيقومون بطرح الآراء و الأفكار و يناقشونها على مد البرامج و هكذا تحاول الإذاعة تحديد أهدافها و معرفة التوجهات السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية للأفراد، لتتمكن من دخول كل البيوت و تطرح جملة من الأفكار تتلاءم مع كل الأسرة، كما تحاول معرفة الأفكار المضادة و الآراء المختلفة حول الموضوع المطروح للمناقشة، و بذلك تصل إلى تحديد الرأي العام، فالقناة الثالثة التابعة للإذاعة الجزائرية و الناطقة باللغة الفرنسية تقدم كل يوم جمعة صباحاً موضوعاً ذو أهمية بالغة و يقدمه المذيع " السيد العزوني"، كدور الإدارة في تسيير شؤون المواطنين و مدى رضى المواطن على الخدمات التي تقدمها الإدارة العامة في الجزائر ، و الهدف من الحصة هو الوصول إلى أكبر مشاركة للمواطن في هذه الحصة، هذا من جهة و من جهة أخرى هو معرفة موقف الرأي العام من الموضوع المطروح للمناقشة(بوريشة،ص124-125).

2- دور التلفزيون في تكوين الرأي العام:

إن ظهور التلفزيون جاء بعد أن أصبح الناس في حاجة إلى وسيلة أخرى أكثر تطوراً، حيث عمل العلماء منذ السنوات الأولى لظهور الإذاعة على الاستفادة من التقنيات المتوفرة وتطويرها لإيجاد وسيلة أكثر تطوراً، وبالفعل توصلت مجموعة من العلماء في الحقل الإلكتروني وعلى رأسهم " ماكسوال " إلى إرسال أول صورة في العالم.

إن البث التلفزيوني المباشر و الحي للأحداث التي تجري في أي مكان في العالم حول ما كان يعتبر منذ جيل أو جيلين حدثاً محلياً إلى قضية لها انعكاساتها على نطاق عالمي(سعد،ص74).

يدمج التلفزيون بين الصوت و الصورة، و الإنسان الذي يشاهد و يسمع في آن واحد يمكن أن يتأثر أكثر من الإنسان الذي يسمع فقط، فلا شك أن الصورة و الصوت يؤثران في عقل المواطن تأثيراً قوياً و يعملان على صياغة آرائه و اتجاهاته و شخصيته و يعلق " مارشال ماكدان " على وسيلة التلفاز فيقول " إن التلفاز وسيلة إعلام باردة إنه يرفض

الشخصيات الساخنة و القضايا الساخنة ورجال الصحافة الساخنة .. لو كان التلفاز منتشرا على نطاق واسع أيام حكم هتلر لقضي على هتلر بسرعة و لو ظهر أولاً (قبل المذابح) لما كان هناك هتلر أبداً، و عندما ظهر خرتشوف على شاشة التلفاز في أمريكا كان مقبولا أكثر من نيكسون كمخرج ورجل ظريف، لقد أظهره التلفاز كفيفلم كرتون مضحك".

حقق التلفزيون تأثيرات كبيرة في الفرد نظراً للإمكانيات التي يتوفر عليها و يكفي أن التلفزيون قلص الوقت الذي كان الأفراد يخصصونه لباقي وسائل الإعلام الأخرى(بوجلال،ص59) و يعد التلفزيون من بين وسائل الإعلام الجماهيرية الهامة و ذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على التأثير و التغيير في المواقف و الاتجاهات، و هو يفرد بقدرته على الاستحواذ على قطاع واسع من الجمهور لهذا وصف " بالعالم الهادئ " و استطاع التلفزيون الدخول بقوة في مختلف مجالات الحياة الإنسانية بفضل إمكانياته في نقل المعلومات حيث يتميز بالتركيبية الثلاثية المنفردة " نص+ صوت+ صورة " و هي قدرات لا تتوفر عليها باقي وسائل الإعلام الأخرى.

إن السمة الخاصة و المميزة للتلفزيون هي تقديمه للحدث في لحظة وقوعه و بالتأكيد يحقق التزامن بين وقوع الحدث و زمن العرض، فالتلفزيون ينقل الواقع و يجعل المشاهد يشعر بالفورية التي تزيد من قوة تأثيره(السكري،ص223-224)، و أظهرت نتائج دراسة أجريت عام 1979 في كندا، أنه و بعد إدخال الإرسال التلفزيوني إلى مناطق كانت معزولة في شمال كندا اتضح أن التلفزيون أسرع بنقل البناء الثقافي و القيمي الأوروبي - الكندي إلى المراهقين في هذه المناطق مما أدى إلى زيادة الهوة الثقافية بين هؤلاء المراهقين و آبائهم الأكثر تمسكا بتقاليدهم(تامي،ص02).

توصل العالم " لازرسفيلد " بعد التحليل الذي أجراه على البحوث الميدانية التي أقيمت على دراسة المشاهد في العديد من الدول، إلى معلومات تؤكد التأثير البالغ للخطورة للتلفزيون و الذي ينقسم إلى (رباعية، ص57):

- **التأثير السيكولوجي النفسي:** وهو ما يحدث لدى الطفل الذي يتمص الشخصيات التي يقدمها التلفزيون و يقلدها، كذلك فالأطفال يشاهدون البرامج المعدة للكبار أكثر من المعدة لهم، و من النتائج المترتبة عن ذلك زوال الحدود بين ثقافة الكبار و ثقافة الأطفال و الخطورة هنا في مستوى استعدادهم النفسي و التربوي و الاجتماعي.

- **التأثير الاجتماعي الثقافي:** يظهر تأثير التلفزيون في عملية التنشئة و التطبيع الاجتماعي من خلال ما يلي:

- نشر معلومات متنوعة في كافة المجالات تناسب كل الأعمار.
- إشباع الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى المعلومات و التسلية و الأخبار و المعارف و الثقافة العامة و تعزيز القيم و المعتقدات أو تعديلها و التوافق مع المواقف الجديدة.
- تعليم أفراد المجتمع أساليب مختلفة في السلوك الفردي و الاجتماعي في الظروف المختلفة كما يوفر للإنسان معلومات لا تتوفر في حياته العادية.

وتشير معظم الدراسات الإعلامية أن التلفزيون أصبح من أكثر وسائل الإعلام التي تسيطر على حياة الفرد في أغلب دول العالم فقد أجرت إحدى الدوريات الأمريكية سبراً للآراء للتعرف على أهم المؤسسات ذات السلطة والنفوذ في المجتمع الأمريكي، كانت النتيجة أن جاء:

- التلفزيون في المركز الثاني بعد البيت الأبيض الأمريكي مباشرة.

- بينما جاءت الصحف في المركز الثاني عشر.

- كما احتلت الإذاعة المركز السابع عشر من بين المؤسسات المختلفة.

فإذا كان قراء الصحف يعدون بالملايين في العالم، فإن مشاهدي التلفزيون يعدون بمئات الملايين و هذا ما أكدته الاستفتاء الذي أجرته مؤسسة نيلسون الأمريكية (وهي مؤسسة خاصة تهتم بدراسة تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على الجمهور)، ف 57% من الذين شاركوا في هذا الاستفتاء أكدوا أن التلفزيون هو المصدر الرئيسي المفضل لتزويدهم بالأخبار، و توصل أيضاً معهد دراسات الرأي العام التابع لهيئة الإذاعة اليابانية، أن عدداً كبيراً من اليابانيين يعتبرون التلفزيون جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية.

و حسب آخر الإحصائيات فإن التلفزيون موجود بنسبة تتراوح ما بين 80% إلى 95% لدى الأسر في الدول الغربية، و هذه الأخيرة 80% منها تشاهد التلفزيون يوميا تقريبا و تخصص له أكثر من 03 ساعات كمعدل يومي و هو ما يدل على التأثير الواسع الذي يمارسه التلفزيون على الجمهور و بالتالي على الرأي العام(بوريشة،ص128)، استعمل التلفزيون من قبل الدولة أو الحكومة لشرح البرامج السياسية و بعث الثقافات القومية بنقل مراسيم الزيارات التي يقوم بها أعضاء الحكومة مثلاً أو نقل خطاب لرئيس الدولة مباشرة، و هو ما يؤدي إلى بعث مجموعة من القيم السياسية و الأخلاقية و نشر الأفكار و المبادئ الواجب إتباعها و كل هذا يهدف إلى تكوين الرأي العام، أستعمل كذلك في أوقات السلم و الحرب، فقد كان الوسيلة الأكثر استعمالا خلال الحرب العالمية الثانية في الدعاية للحرب و هذا إما ببث صور لهزائم العدو، أو صور تمجد بطولات و انتصارات تلك الدول.

و الدعاية عن طريق التلفزيون متنوعة و مستمرة وواسعة النطاق و تصل إلى مختلف الطبقات و تؤثر في الثقافات و تهز المشاعر داخل الأمة من الرجل العادي إلى الرجل المثقف، كل هذا أدى إلى اهتمام الحكومات بالتلفزيون و العمل على جذب أكبر للجمهور عن طريق هذه الوسيلة، فأصبح هذا الجمهور يعبر عن آرائه بجرية في الوقت الذي يختار فيه القائمون على هذا الجهاز من الصور ما يؤثر فيه، و هو لا يشعر في تلك الأثناء أنه تحت تأثير قوة تجذبه إلى تلك الفكرة. و في هذا الإطار يمكن التأثير في الرأي العام و ذلك بنشر القيم و المبادئ التي تتماشى مع مصالح السياسيين و تلك القيم و المبادئ هي التي ستنمو شيئاً فشيئاً لتعبر عن موقف الرأي العام(تامي،ص92)، إن ملايين الأشخاص

يتلقون نفس المعلومات عن طريق التلفزيون و يكادون يخضعون كلية لها و لكن في فرنسا مثلاً الحذر قائم حول المعلومات السياسية فقط(بوريشة،ص127).

لذلك فدور التلفزيون يتعاظم من يوم لآخر محليا و دوليا و من أجل هذا فتدعيم القواعد القانونية أمر سيساعد على تحديد المبادرات و إصلاح القطاع، لأن الدعم المادي و التقني و البشري يضاف إليه الدعم القانوني للتلفزيون سيسهل تحديد المسؤوليات و يحمي هذا المجال من الإعلام من أي انحراف قد يضر بمصلحة الفرد و الأمة (Alfred sauvy,page116).

3-أهمية السينما في تكوين الرأي العام:

السينما هي إحدى وسائل الإعلام، تعتمد في تقديم مادتها على حاسة السمع و الرؤية لذا تصنف ضمن الوسائل السمعية البصرية، الأمر الذي يضاعف من جاذبيتها و تأثيره (شطاح، ص147).

إن السينما هي نتيجة مرحلة معينة من التطور الاجتماعي و الثقافي في تاريخ الإنسان و باعتبار أنها فن فهي تعبر عن وعي اجتماعي أي أنها تعكس الوجود الاجتماعي، و هي إذن **إيديولوجية**، لكن الجانب الصناعي - التقني فيها جعلها ترتبط أكثر من غيرها من الفنون بإيديولوجية المنتجين لها(تامي،ص02)، و الفرد في الواقع الذي يعيشه يكون في سعي دائم لتلبية إشغالاته الواقعية و عندما لا يسمح له بذلك، أو يسمح له بما بقدر غير كاف، هنا تظهر الإشغالات الخيالية كبديل، و هذه الأخيرة تؤدي وظيفة الاستقرار الاجتماعي و هو الأمر الذي تريده الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج(رميته،ص55).

تؤثر السينما في الرأي العام و تتأثر به، و هي تنشر الوعي الثقافي و الاجتماعي كما تستوحي قصصها و رواياتها من واقع المجتمع و تراعي الذوق العام لدى الجماهير و المجتمع، أي تراعي الرأي العام و إن حدث العكس فيثور المجتمع عليها، كما أنها تؤثر في الجانب العاطفي للمشاهدين و هي تثيرهم بدرجة كبيرة، لذلك فمسؤولياتها - كوسيلة إعلامية - عن التأثير الذي تحدثه في الجمهور تعد مسؤولية جسيمة بسبب سرعة استجابة الرأي العام لكل ما يمس المشاعر، و لهذا كلما ازدادت الرقابة على إنتاجها تصبح أكثر ذوقاً و أكثر تأثيراً (رميته،ص57).

أصبحت السينما منذ السنوات الأولى للقرن الماضي من القوى المهمة التي تعمل على خلق الرموز العالمية وتسهم في خبرات إنسانية مشتركة ويرجع هذا إلى أن الأفلام ترى في الظلام و تحت ظروف تثير أقصى حالات التعاطف والتقمص لدى الجماهير (كحيل، ص103).

تؤثر السينما المعروفة أيضاً بالفن السابع في تكوين الرأي العام أكثر في بعض الأحيان من تأثير الإذاعة و التلفزيون و يظهر ذلك من خلال تأثير السينما على المجتمع، السينما كوسيلة و كفن تؤثر على آراء المشاهدين لها، الفيلم السينمائي ليس مجرد عرض واقعي للصور، حيث يقول **جان جريمان** " السينما تعطي أفكار ومعنى"، فالعروض السينمائية لا تهدف إلى الترفيه و التسلية فقط بل هي وسيلة لتبادل الأفكار و إيصال رسالة إعلامية فمن خلال عرض أفلام اجتماعية، تعرض صوراً لمختلف أشكال الحياة الاجتماعية كما تسعى السينما إلى التربية و التوجيه و الإرشاد.

تعد السينما أخطر وسيلة إعلامية من ناحية تأثيرها المباشر والفعال في توجيه الطفل وتكوين استعداده وتشكيل ثقافته وتكوين الرأي العام بعد ذلك (بوجلال، ص59).

ويقول **كريستيان ريمو** " أن الهدف الأساسي للسينما هو نشر إيديولوجية معينة تابعة للنظام السياسي " ويقول أيضاً " لقد كانت السينما بفضل لغتها المتميزة حساسة لكل الإيديولوجيات فهي تعتمد إلى عدم عرض الفيلم أحيانا لأسباب اقتصادية وإيديولوجية".

وبما أن السينما وسيلة إعلام جماهيرية فهي تهدف أيضاً إلى إيصال فكرة أو نشر إيديولوجية ما والدفاع عنها، كما تسعى أيضاً إلى كسب الرأي العام في قضية معينة وهذا من خلال بث الأفلام السياسية التي يتأثر بها الجمهور وتعبئته لتبني تلك الأفكار.

و في نفس السياق و تأكيداً على أهمية تأثير السينما على الرأي العام وصف **لاروينبانوفسكي** السينما فقال " إن السينما سواء رغبتنا أو كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء و الأذواق و الزي والسلوك، بل المظهر المدني لجمهور يضم أكثر من 60% من سكان الأرض" (بوريشة، ص130).

للسينما أيضاً قدرة عظيمة للتعبير عن العواطف والمشاعر والأفكار والآراء والتجارب الإنسانية على اختلافها، فهي لم تعد مجرد وسيلة لتسلية الجمهور ولكنها أصبحت إحدى أقوى وسائل العصر الحديث وهي أيضاً الوسيلة الأفضل لنشر الثقافة تبنى على أسس علمية لذلك يجب على القائمين عليها إتقان هذه الأسس من أجل الوصول إلى إحداث أكبر تأثير ممكن (عبد القادر، ص58).

4- دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام:

إن الصحافة المكتوبة عبارة عن صدى لأفكار و أذواق القراء أكثر من كونها تعبيراً عن آراء و اختيار محرريها، في القرن التاسع عشر كانت الجرائد هي وسيلة الاتصال الجماعية الوحيدة بين الأفراد وبين المجموعات، أما في المجتمع الحديث

فتقوم الوسائل الإعلامية الجماعية الأخرى كالإذاعة و التلفزيون و السينما و الكتاب بمنافسة الصحافة المكتوبة على دورها في نشر القيم الاجتماعية، لذلك نجد أن تأثير الصحافة المكتوبة يبدو أقل مباشرة و أقل استقلالا و يصبح مستحيلا(بوريشة،ص132)، لكنها لا تزال بعد ظهور وسائل الإعلام الأخرى بسبب توفرها على عدة خصائص منها :

- سهولة الحفظ والاقتناء.
- شأنها شأن أي مرجع مكتوب يمكن الرجوع إليها في الدراسات والأبحاث والكتابات التاريخية والثقافية.
- للصحيفة تأثير على القراء من الناحية الفكرية والثقافية حيث تجعلهم يستجيبون للآراء المطروحة خاصة إذا امتلك كتابها الثقة لدى القراء.
- وتمتاز بسهولة الاطلاع عليها وقراءة ما فيها واختصار الزمن لقارئها.
- تعتمد الصحيفة على عنصر الحداثة، ومتابعة أحدث المعلومات والأخبار من مصادرها.
- تعتمد أيضا على سرعة الانتشار وكثرة التوزيع على كافة المستويات المحلية والخارجية، كما تعتمد على عنصر البساطة والسهولة والاختصار المفيد في عرض الفكرة (ألبير، ص92).
- تعد الصحيفة المكتوبة من العوامل التي ساهمت كثيراً في حفظ تراث الإنسان في شتى المجالات، لذلك تشترك مع وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في الفعالية مع قدرتها على استدامة أو ديمومة الأثر (أبو معال، ص111)، وقد كانت الصحيفة وسيلة فعالة للوصول إلى عقول الناس و قلوبهم، أما اليوم تراجعت أمام الصورة و الصوت معا(سعد، ص76).
- وأفضل مثال على تراجع تأثير الصحافة هو اختفاء الحملات الصحافية الكبرى التي كانت قادرة قبل الحرب العالمية الثانية، على إحداث تأثير مباشر على مجرى الأحداث وهو ما يعد مستحيلاً في المجال الاجتماعي والسياسي الحالي.

مازالت الصحافة تقوم بكشف الستر عن بعض الفضائح و لكنها لم تعد قادرة على خلق حركات كبرى للرأي، و مع ذلك فإن التحاليل و الأبحاث الخاصة بوظائف الصحافة قد بينت تأثيرها الكبير و مدى أهميتها و ضرورتها كعامل من عوامل التوازن في إطار الحياة الاجتماعية، و هي تعمل على تدعيم روابط الانتماء بين مختلف الفئات الاجتماعية و المجموعة القومية و الدولية (السكري، ص221).

وقال هتلر " إنها مدرسة يتلقى فيها الجمهور علومه اليومية"، وقال خرتشوف " إن الصحافة هي سلاحنا الفكري الإيديولوجي الرئيس"، ووصفها بعض الكتاب " بأنها تمثل السلطة الرابعة في المجتمع " ويتحدث الكاتب الفرنسي

المتخصص برنار فوبن عن الصحافة فيقول " إن السلطة الرابعة هي في الواقع السلطة الأولى، ذلك لأنها تمثل تيارات الرأي العام وإن الرأي في الأنظمة الديمقراطية خاصة يجسد قيم المجتمع يرسم حدود الشأن القضائي ويوصي بتعيين السلطة الإجرائية".

و الصحافة في وقتنا الحاضر تقوم بتوجيه و ترشيد الرأي العام و هي من جهة تمثل أداة مؤثرة لتغيير الاتجاهات في المجتمع، و من جهة أخرى تقوم بدور المراقب للحكومة (ألبير، ص93) لذلك تعتبر الصحف من أهم وسائل الاتصال بين الجماهير، و من وظائفها الأساسية الإعلام والتوجيه والإرشاد، كما تقدم للناس الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء التي تساعدهم على تكوين رأي صحيح في المسائل العامة و ما يعترضهم من مشكلات سواء من الناحية السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية ... إلخ.

فالصحافة تعرف الناس بالحقائق فيما تنشره عليهم من أخبار ومعلومات وتوجههم نحو الطريق السوي بتفسير و شرح تلك الحقائق و التعليق على الأنباء و إبداء الرأي في المقالات الرئيسية و الأعمدة اليومية (ربابعة، ص65)، و هكذا فإن الصحافة منذ وجودها تمثلت أهدافها في إعطاء الجمهور تعليمات و أفكار و قيم وعادات ومعلومات و معارف شتى تفيدهم في حياتهم، وبظهور وسائل الإعلام الأخرى أصبحت تتنافس معها (أبو معال، ص112).

تؤثر الصحافة في الرأي العام المثقف و المنقاد، كما تتأثر بالرأي العام القائد لأن الصحفي غالباً ما يكون من ضمن الرأي العام، فالجريدة تؤثر بطريقة خاصة في تكوين الرأي العام و هذا من خلال المميزات التي تختص بها هذه الوسيلة، فالتكرار لفكرة معينة مقدمة في أكثر من قالب و أكثر من نوع صحفي يؤدي إلى بث و ترسيخ هذه الفكرة في عقول الأفراد، لأن الفرد يقرأ الفكرة على شكل خبر تم تعرض عليه في شكل مقال، ثم في شكل تعليق صحفي ثم في شكل تحقيق ثم في شكل حديث صحفي، و هذا ما يؤدي إلى التأثير في أفكار و عقول الأفراد، و تعتبر الصحافة بمثابة سلطة رابعة في الدول الديمقراطية بعد السلطات الثلاث، التنفيذية، التشريعية و القضائية، وترى هذه الدول أن الصحافة شديدة التأثير في الرأي العام لذلك حافظت على هذه الوسيلة وحرصت على حماية حريتها بما يتوافق مع الصالح العام (بوريشة، ص117).

لكن الصحف تختلف فيما بينها في طريقة عرض الأخبار و الأفكار و يرجع هذا إلى اختلافها في خطها وسياسة تحريرها، فبعض الصحف إخبارية بحتة، تعتمد غالباً على الإثارة من أجل جذب القارئ لتضمن أكبر توزيع ممكن فهي صحف تجارية و ليست لها رسالة اجتماعية، أما البعض الآخر فهي صحف رأي تبني مذهباً سياسياً معيناً أو تدافع عن وجهة نظر حزبية معينة ومنها الصحف الحكومية التي تعالج الأخبار من زاوية تخدم اتجاهها السياسي لذلك تعتمد نشر بعض الحقائق و حذف البعض الآخر و تكون أيضاً غير أمينة في النقل عن الجانب الآخر المعارض لها، ضف إلى هذا

فإن الرقابة تؤثر على المدى البعيد و كلما زاد إشراف الدولة على الصحافة، ازدادت السيطرة البيروقراطية على الرأي العام(ربايعة، ص65) و تعتبر الصحف من بين أدوات الدعاية التي تهدف إلى إبراز الأفكار السياسية و الاجتماعية و توجيه الشعب، لذلك وُجدت الصحافة الحزبية و النشريات التي تصدر عن الصحف أثناء الحملات الانتخابية و المؤتمرات الحزبية.

و تكمن قوة الصحافة في انتشارها بالملايين من النسخ و صدورها دوريا و بالتالي تأثيرها يكون مستمرا، كما أن لها موقف حزبي يجعلها تتصف بشخصية معينة، صحافة اليمين و اليسار، و الصحافة الرجعية و الصحافة التقدمية، و تعود قوتها أيضا إلى اقتناء مختلف طبقات الشعب لها سواء التي تتفق مع اتجاهها أو التي تتعارض معها (بوريشة، ص119). كما يرتبط تشكل الرأي العام بسياسة الكاتب السياسي نفسه، و الواقع أن الصحف الحزبية تعمل على السيطرة على أذهان القراء و تنشر في عقولهم أفكارها التي تترسخ يوما بعد يوم لدرجة أنهم يتحدثون بتلك الأفكار و كأنها أفكارهم، يضاف إلى ذلك أن القارئ العادي يحاول تجنب التعب في التفكير و الاستنتاج لذلك يرغب في الحصول على أفكار جاهزة و يكون مستعدا لتقبلها دون اعتراض خاصة في العصر الحالي، عصر السرعة، فالقارئ ليس لديه الوقت الكافي للتفكير و الحكم على الأحداث بنفسه، لذلك يكتفي بتصفح بعض الفقرات في بعض المقالات للحصول على الأخبار و يكون التأثير أقوى لتبني هذه الأفكار إذا علمنا أن القارئ و لظروف اقتصادية يكتفي بقراءة صحيفة واحدة، و هذه الظاهرة تتضح أكثر لدى الشعوب التي لا تعطي أهمية كبيرة للثقافة و التي تقل فيها نسبة الأفراد المتمكنين من القراءة و الكتابة (ربايعة، ص67).

كذلك يتهافت الناس على الفضائح التي تغطيها الصحافة، لذلك عملت الدول على مراقبة الصحف من خلال فرض تشريعات لتفادي التشويش على الأفكار، فالصحافة وبفضل مزاياها تعتبر الوسيلة الأكثر تأثيرا في تكوين الرأي العام، والصحيفة يمكن لأي إنسان أن يقرأها عدة مرات كما يمكن تخزينها وباستطاعة الإنسان المتعلم إطلاع الإنسان الأمي على محتوى الصحيفة.

وتتنوع المواضيع التي تتطرق إليها الصحف من مواضيع سياسية واجتماعية واقتصادية علمية ورياضية، كما أن سعرها في متناول جميع الطبقات كذلك فالصحافة بإمكانها أن تحدث التأثير في الرأي العام إما عن طريق الخبر أو التعليق أو العمود أو الأحاديث والتحقيقات الصحفية وعن طريق الإعلان والصور والرسوم الكاريكاتورية.

ونسجل كذلك أنه إذا قارنا بين الصحافة الخبرية وصحافة الرأي، فالنوع الأخير هو الذي يوجه الرأي العام ويؤثر في تكوينه والدليل على ذلك صحيفة " Le Figaro " الفرنسية أو " Times " البريطانية، فرغم ضيق انتشار هذه الصحف إلا أنها تؤثر تأثيرا بعيد المدى في سياسة الحكومة الفرنسية والبريطانية واتجاهات الشعب الفرنسي والبريطاني.

و يعتبر المقال الافتتاحي في الصحيفة بمثابة المنبر الذي من خلاله تخاطب قراءها و تؤثر في أفكاره و للصحيفة تام الحرية في طريقة كتابة العمود و من خلالها يمكنها السيطرة على جمهور القراء، و نجد في هذا الإطار أن الصحافة الحديثة تعتمد على الصورة أو الرسم من أجل التأثير على الرأي العام، باعتبار أن " الصورة تغني عن ألف كلمة "، كما أن الكاريكاتور يلعب دوره، فإذا وجد اختلاف معين بين الصحف فالاختلاف هذا تحققة الرسومات الكاريكاتورية(بوريشة،ص119-123).

بالنسبة للرأي العام تتحمل وسائل الإعلام وخاصة الصحافة مسؤولية جد خطيرة لذلك يجب تزويد الجمهور بالأخبار الدقيقة، هذه الأخيرة يعتبرها الدكتور "غازي إسماعيل ربابعة" غذاء الرأي العام " (ربابعة ،ص68) و هي القاعدة التي يعتمد عليها في تكوين معلوماته و آرائه، فالرأي العام لن يبنى على أساس سليم إلا إذا كان الشعب مزودا بالمعلومات الصحيحة الكافية لهذا وضع بعض المفكرين في مجال الإعلام و بعض المهتمين بدراسة الرأي العام بعض الشروط، حتى تتمكن الصحافة من التأثير في تكوين الرأي العام و من بين الشروط(بوريشة،ص120):

العمل على جلب الأخبار الصحيحة: و هي القاعدة الأساسية للصحيفة و بدونه لا وجود للرأي العام الذي تؤثر فيه الصحيفة، إن أول مبدأ يجب أن يعرفه الصحفي و يطبقه هو " الخبر ليس ملكا للصحيفة، و لا ملكا للرأي العام و لكنه ملك للحقيقة " فالصحف ليس لها مطلق الحرية في نشر ما تريد، بل عليها التحري بالصدق و الأمانة و النزاهة في نشر كل الأخبار و التأكد من صحتها، وعندما تتأكد هذه الصحيفة من صدق الأخبار يجوز لها أن تعلق عليها بما يتفق مع سياستها أو أيديولوجيتها و هذا من أجل المحافظة على تكوين رأي عام يحمل إجماعا حول هذه الأخبار.

تتبع الأخبار بعد نشرها والتعليق عليها: فبهذا التتبع يصبح الخبر متكاملا لدى القارئ، ويؤكد المختصون على ضرورة الالتزام بهذه الشروط، لأن حدوث العكس يقلل كثيرا من قيمة الصحافة المكتوبة ومن قدرتها على التأثير في الرأي العام.

خاتمة

يتبين لنا من خلال ما سبق أن جميع وسائل الإعلام تساهم في تكوين الرأي العام ، أما مدى التأثير و طبيعته فتحدده خصائص كل وسيلة ، و يمكن القول أن وسائل الإعلام تكمل بعضها البعض في عملية تكوين الرأي العام خاصة لما يتعلق الأمر بقضية معينة ، فوسائل الإعلام المصرية و على رأسها الفضائيات ، ساهمت في تكوين رأي عام مضاد لكل ما هو جزائري و كان ذلك بمناسبة المباراة التي جمعت المنتخبين المصري و الجزائري بالقاهرة و المؤهلة لكأس العالم 2010 ، حيث أن شهرا واحدا فقط كان كافيا لتحويل الرأي العام المصري الشعبي و الرسمي ضد الجزائر شعبا وسلطة .

إن عملية التأثير تتفاوت كذلك من فرد إلى آخر و لعل السن و المستوى التعليمي من أبرز المتغيرات التي تحدد سعة هذا التأثير و حجمه ، و في الوقت الحالي يرتبط تكوين الرأي العام بعامل آخر فرضه التطور التكنولوجي و يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت المحرك الأول للرأي العام لا سيما فئة الشباب ، و يكفي القول بأن الشرارة الأولى للثورة المصرية انطلقت عبر موقع الفيسبوك " Facebook "، فمن كان يتصور أن النظام المصري الذي استمر لمدة أكثر من ثلاثين سنة مد خلالها جذوره و نفوذه داخليا و خارجيا ، سينتهي بثورة بدأت بمجرد تعليق بسيط عبر هذه الشبكة ، رغم الرقابة المفروضة على شبكة الانترنت عموما في مصر .

لذلك أصبح الفيسبوك مثلا يوصف من قبل باحثين بالجمهورية التي تنافس كبريات القوى الدولية، فالرقابة التي يمكن أن تفرض على وسائل الإعلام من أجل التحكم في مضامينها وبالتالي التحكم في الرأي العام، لا يمكن أن تتجسد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو على الأقل لا يمكنها أن تتجسد بنفس الطريقة، لذلك لم تعد هذه المواقع وسيلة للتواصل الاجتماعي، وإنما تجاوزته لتتحول إلى دعامة لصياغة رأي عام حول مختلف القضايا.

المصادر والمراجع :

أولاً: الكتب

- 1- أحمد بدر: الرأي العام (طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة)، دار قباء، القاهرة، 1998.
- 2- إسماعيل علي سعد: الرأي العام بين القوة والإيديولوجية، ط3، دار النهضة العربية، بيروت، 1988.
- 3- بيير ألبيير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987.
- 4- حسين عبد القادر: الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، ط1، مطبعة الرسالة، القاهرة، 1957.
- 5- رفيق السكري: دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، ط1، جروس برس، لبنان، 1991.
- 6- سمير محمد حسنين: الرأي العام (الأسس النظرية والجوانب المنهجية)، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 7- عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط1، دار الشروق، الأردن، 2006.
- 8- عبد الوهاب كحيل: الرأي العام والسياسات الإعلامية، ط2، مكتبة المدنية، القاهرة، 1987.
- 9- غازي إسماعيل ربابعة: الرأي العام و العلاقات العامة، دار البشير، عمان، 1988.
- 10- محمد عبد القادر حاتم: الرأي العام (كيف يقاس وكيف يساس)، مكتبة الأنجلو المصرية، 1971.
- 11- Alfred Sauvy : L'opinion publique, 1^{re} Ed, Quadrige, paris, 1997.

ثانياً: المقالات

- 1- عبد الله بوجلال، الإعلام والرأي العام في الأقطار النامية و العربية: المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 06 و 07، جامعة الجزائر، 1992.

ثالثاً: الرسائل الجامعية

- 1- محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري: رسالة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2003-2004 .
- 2- أحمد رميتة، العمال والفلاحون في السينما الجزائرية: رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1985-1986.
- 3- أعمر بوريشة، دور الرأي العام في تحديد التوجهات العامة للسياسة الخارجية: مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2002-2003.
- 4- نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الجزائر من خلال التلفزيون الجزائري: مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-2004.