

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم: تاريخ

تخصص: علوم الإعلام و الاتصال

الموضوع:

دور الإعلام في تشكيل الرأي العام

مشروع تمهيدي لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام و الاتصال

إشراف الأستاذة:

سبع فضيلة

من إعداد الطالب:

❖ مدات هاني

السنة الجامعية 2020/2019

*الإهداء

نهدي هذا العمل البسيط والمتواضع إلى كل شخص عزيز على قلبي سواء كان في حياتي الشخصية أمي وأبي و أفراد عائلتي وإلى كل أصدقائي وزملائي في الحياة اليومية كما لا ننسى أساتذتي في الأطوار الثلاثة وإلى كل أساتذتي في الجامعة وإلى كل من آزرني ورسخوا في ذهني حب العلم والتعلم و التطلع للمزيد حماهم الله ورعاهم ولكم مني أصدق عبارات التقدير والامتنان .

مدات هاني :

إلى سندي بعد الله وما أملك في هذه الدنيا أمي وأبي وأخوتي وأخواتي ومحمد خليل وعبد الله وعبد الرحمن وسيف الدين وسفيان حماهم الله ورعاهم .

كلمة شكر

أولاً وقبل كل شيء نشكر الله عز وجل على منه وفضله وتوفيقه على إنجاز هذا العمل البسيط

والمتواضع فله الحمد وله الشكر ما دمت حيا

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة

المشرفة *سبع فضيلة *

على كل إرشاداتها وتوجيهاتها القيمة في كل مراحل هذه الدراسة فجزاك الله عنا كل الخير

إلى كل أساتذة القسم الذين اشرفوا علينا أثناء مشوارنا الدراسي في الجامعة الذين لم يبخلوا علينا

بالمعلومة .إلى زملائنا وأصدقائنا الأعزاء في دفعة (2019 _ 2020) شكرا لكل من ساهم في

إنجاز هذه الدراسة المتواضعة من قريب أو بعيد .

الفهرس

الصفحة	المحتويات
6	المقدمة
7	الاطار المنهجي للدراسة
10-8	اشكالية الدراسة
10	تساؤلات الدراسة
10	اهمية الدراسة
11	اهداف الدراسة
11	منهج الدراسة
12-11	ادوات الدراسة
12	مجتمع البحث وعينة الدراسة
12	حدود الدراسة
13	تحديد مفاهيم الدراسة
14	الفصل الاول ماهية الاعلام
15	المبحث الاول تعريف الاعلام
17-15	المبحث الثاني اهداف الاعلام
18-17	المبحث الثالث وظائف الاعلام
19	الفصل الثاني الرأي العام
21-20	المبحث الاول تعريف الراي العام
23-21	المبحث الثاني نشأة مفهوم الرأي العام
27-23	المبحث الثالث وظائف الرأي العام
28	الفصل الثالث الاعلام والرأي العام
29	المبحث الاول دور وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام
31-29	المبحث الثاني تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام
32-31	المبحث الثالث العلاقة بين الاعلام والرأي العام والأزمات
33	خاتمة
35-34	قائمة المصادر والمراجع

خطة الدراسة

_مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- 1 . إشكالية الدراسة
- 2 . تساؤلات الدراسة
- 3 . أهمية الدراسة
- 4 . أهداف الدراسة
- 5 . منهج الدراسة
- 6 . أدوات الدراسة
- 7 . مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 8 . حدود الدراسة
- 9 . تحديد مفاهيم الدراسة

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : ماهية الإعلام

المبحث الأول :تعريف الإعلام

المبحث الثاني: أهداف الإعلام

المبحث الثالث : وظائف الإعلام

الفصل الثاني : الرأي العام

المبحث الأول : تعريف الرأي العام

المبحث الثاني : نشأة مفهوم الرأي العام

المبحث الثالث : وظائف الرأي العام

الفصل الثالث: الإعلام والرأي العام

المبحث الأول : دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام

المبحث الثاني :تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام

المبحث الثالث : العلاقة بين الإعلام والرأي العام والأزمات

_ خاتمة

مقدمة

يعتبر الإعلام من أهم الوسائل في الحياة اليومية من خلال الأساليب المتنوعة التي يتخذها في شتى المجالات كانت سياسية أو اجتماعية وثقافية ومدى تأثيره على آراء وأفكار مختلف شرائح المجتمع ككل خاصة المتابعين في مواقع التواصل الاجتماعي مما يتيح إبداء الرأي في قضية ما كانت لها صدى كبير و انتشار واسع في وقت وجيز وفي مناطق مختلفة من العالم مما يدل على اكتساب الإعلام أهمية بالغة ودوره الفعال في تشكيل الرأي العام حيث يعتبر الإعلام اليوم أحد أهم العناصر التي تتأثر بكافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وتؤثر بها في الوقت نفسه فيزود الإعلام عبر وسائله المختلفة بالمعلومات والأفكار للمتلقين وهذه هي النقطة الأولى التي تنطلق منها آراء الناس فيبدأ الرأي العام بالتكون شيئاً فشيئاً وإلى جانب ذلك فإن وسائل الإعلام تؤثر في الرأي العام من خلال الطريقة التي تعرض عليها موادها لذا فهي من أخطر الوسائل المؤثرة في الآراء على الإطلاق وهذا قد يتضح من ردات الفعل اتجاه قضايا الساعة والتي تكون متناقضة وحديه وغير مفهومة في بعض الأحيان فقليلاً ما يجد المتابع وسائل الإعلام محايدة تعرض موادها دون تحيز أو محبات تمتلك وسائل الإعلام القدرة على عرض القضايا غير المهمة وجعلها قضايا رأي عام وهذا قد يبعد النظر عن القضايا الحساسة والتي تمس شؤون حياتهم بشكل مباشر مما يؤدي إلى اختلال الموازين وضياع الناس ولكن من جهة أخرى فإن الساحة تحتوي على وسائل إعلام جيدة تحترم متابعيها وتعرض القضايا التي تهم الجميع بجرأة ودون محابيات أو تحيز.

الإطار المنهجي

للدراسة

1 - إشكالية الدراسة :

تعتبر وسائل الإعلام الوسيط الأساسي والاستراتيجي للوصول إلى الجماهير العريضة للتأثير فيها وتكوين وتشكيل الرأي العام الذي يبنى أرائهم وأفكارهم ووجهات نظرهم وبذلك برامجهم فالسياسي الناجح هو ذلك الذي يحسن التعامل مع وسائل الإعلام والذي يعرف كيف يمرر خطابه السياسي عبر وسائل الإعلام بلا باقة وبمهنية عالية فالعلاقة بين وسائل الإعلام والحياة السياسية تشكل عنصرا مهما من عناصر فهم الرهانات المرتبطة بتطور الديمقراطيات العصرية فتؤثر وسائل الإعلام في الحكام والمحكومين فتغير القوانين التقليدية للعبة الديمقراطية فسمعة السياسي تحددها بدرجة كبيرة الصورة التي يكونها ويصنعها لنفسه من خلال وسائل الإعلام هذه الصورة يجب أن تكون متناغمة ومتناسقة مع الصورة المقدمة والصورة التي تدركها الحشود والجماهير فإدارة الصورة تعتبر ظاهرة رئيسية ومحورية في جعل الحياة السياسية ظاهرة إعلامية أي تناولها وتناقشها وسائل الإعلام باهتمام بالغ وبتركيز كبير من جهة أخرى نلاحظ أن التغطية الإعلامية لنشاط السياسيين وعملهم اليومي تترك آثار كبيرة على الجماهير والمتتبعين للفعل السياسي وحسب ليبر مان أن الأخبار لا تعكس الحقيقة بل تفبرك الواقع ووظيفة الأخبار هي الإشارة إلى حادثة ووظيفة الحقيقة هي إظهار الحقائق المخفية

ان دراسة علاقة وسائل الإعلام بالسياسة تقودنا إلى مسالة علاقة تطور وسائل الاتصال بتشكيل الراي العام والى اي مدى تساهم وسائل الإعلام في ايجاد فضاء عام لمناقشة الافكار والاراء والاطروحات من قبل الجميع ن هناك قوى محدودة جدا تسيطر على الفضاء العام وتحتكره لنفسها لتمرير افكارها ووجهات نظرها بالنسبة ليباربورديو فالراي العام لا يوجد والراي العام الذي يدعيه اصحاب مراكز صبر الآراء والصحفيون ما هو إلا إشكاليات متعلقة بمصالح سياسية تقوم اساسا على عدد معين من المسلمات المغلوطة والخاطئة اولا باستطاعة اي شخص ان يكون رايا حول موضوع ثانيا كل الاراء تكتسي بالقيمة نفسها وان هناك تفاهما حول الاسئلة التي تستحق الطرح فنتائج صبر الآراء التي تنشرها وتبثها وسائل الاعلام ماهي في حقيقة الامر سوى فبركة اصطناعية لمنتج تم استخراجها من احصائيات لجمع آراء اشخاص لفروضهم اسمه الراي العام كمصطلح وظاهرة اجتماعية وسياسية اصبحت وسائل الاعلام على حد قول بورديو وشابان محكمة الراي حيث اصبح الوقت يتحدد ويتخلص فيما تنقله وسائل الاعلام وتناقشه وتحلله وفق مايراه الصحفيون ومحترفو صناعة الراي العام صالحا ومؤهلا لان ينقل الى عيون ومسامع القراء والمشاهدين والمستمعين توجد علاقة متبادلة بين الرأي العام والفضاء العام فالرأي العام

كمصطلح ظهر في القرن 18 من جهة أخرى ذات التغيرات السياسية المترتبة على نهاية الملكية المطلقة إلى ظهور مصطلح الفضاء العام

نشأ الفضاء العام إذا في القرن الثامن عشر في الصالونات والمقاهي والنوادي والدوريات التي كانت تمثل حلقة الوصل بين القراء و المؤلفين والمستمعين أي بعبارة أخرى النخبة المثقفة قادرة على الحوار و النقاش وبهذا المنطق كان الشعب مقصي من الفضاء العام نظرا لعدم قدرته على مناقشة المسائل الأدبية والفنية والسياسية والاقتصادية وغيرها هذا الفضاء بدا ينهار شيئا فشيئا في القرن العشرين فانقل من جمهور يناقش الثقافة إلى جمهور يستهلكها

إن تطور ثقافة الاستهلاك والتسويق والإعلان وبعد ذلك العلاقات العامة أدى إلى تدهور وتفكك وانحيار الفضاء العام المعاصر أدى المجتمع الجماهيري والصيغة التجارية والتسويقية لوسائل الإعلام وكذلك يثير هذا البحث إشكالية تشكل الرأي العام في ظل التحولات التي يعرفها التواصل الإعلامي في العصر الحالي حيث أصبحت وسائل الإعلام أكثر قوة وفعالية من خلال توسلها بمستحدثات ثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات وأصبح الجمهور ممتطيا سهوة الفعل الإعلامي من خلال قدرته على الالقاء و النشر والتفاعل بعد أن كان دوره مقتصرًا على التلقي والتغذية الراجعة المحدودة وتتضمن هذه الإشكالية تجليات الرأي العام أثناء الأزمات التي تقتضي تواملا مخصوصا إدارتها وتجاوزها سواء بالاستعانة بالإعلام أو بأشكال التواصل الإنساني الأخرى هكذا تبدو إشكالية البحث في مقارنة العلاقة التي تجمع بين الإعلام التقليدي أو الجديد أو التقليدي الجديد و الرأي العام و الأزمات حيث ينظر البحث إلى هذه العلاقة باعتبارها تفاعلية يتفاعل فيها الإعلام مع الأزمة أو يتفاعل الإعلام مع الفاعلين في المجتمع الأمر الذي يؤدي إلى بروز أزمة كما تفعل الصحافة الاستقصائية وينظر البحث من ناحية أخرى إلى هذه العلاقة كعلاقة تكاملية يتكامل فيها دور الإعلام مع دور الجمهور في تشكيل الرأي العام فتكون النتيجة تجاوز الأزمة أو استفحالها أو تتكامل الأزمة معهما فتعزز دور الإعلام في المجتمع و تقوي دور الرأي العام في السياسة و اتخاذ القرارات المجتمعية ولاختبار الأسس النظرية للتفاعل والتكامل الذي يحدث بين الإعلام و الرأي العام و الأزمات بتناول البحث أزمة مقتل الصحافي السعودي جمال خاشقجي التي تجاوزت من حيث التناول الإعلامي مجرد تغطية لمقتل صحافي من بين عشرات الصحافيين الذين يقتلون كل عام على أزمة عالمية تواجه الدولة السعودية وقيادتها وتحظى بتغطية إعلامية عالمية مكثفة أسهمت في تشكيل الرأي العام العربي والعالمي

يعتمد هذا البحث منهاجا نوعيا يقارب من خلاله العلاقة التفاعلية والتكاملية التي تربط بين الإعلام و الرأي العام و الأزمات ثم التوسل بأزمة مقتل الصحافي السعودي جمال خاشقجي وهي أزمة معاصرة لتحليل الدور الذي قام به الإعلام في تشكيل الرأي العام حول هذه الأزمة وتبيان مدى الذي وصلت إليه الأزمة في ظل التغطية الإعلامية المكثفة والمتاغمة و الاسترشاد ببعض الإحصائيات التي تقدم المثل الدال على مدى تفاعل بعض وسائل الإعلام العربية والعالمية مع هذه الأزمة مع اصطحاب دور هذه الوسائل في تشكيل الرأي العام وصناعة القرار على الصعيدين المحلي والعالمي

2 . تساؤلات الدراسة :

من خلال إشكالية دراستنا قمنا بطرح التساؤلات التالية :

_كيف تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام

_ماهي العلاقة بين الإعلام و الرأي العام والسياسة والأزمات

_ماهو دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام

_فيما تكمن وظائف الإعلام والرأي العام

3 . أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراستنا في كونها تعالج موضوعا له علاقة بتبني الإعلام في تشكيل الرأي العام حيث يقتصر على تزويد المستقبليين بالمعلومات والأفكار والأخبار المتعددة وتكمن في التأثير بالرأي العام من خلال الطريقة التي يعرض بها مواد الإعلامية وتعتبر من الوسائل المهمة والمؤثرة في الرأي العام وتكون نتيجة ذلك واضحة من خلال ردات فعل الجمهور إزاء قضية معينة وذلك بجعل الموضوع ذو أهمية من خلال التحليل والتوصيف في إطار بعيد عن العلاقة بين الإعلام والرأي العام

اعتمدنا في دراستنا أغلبها على المنهج الكيفي وهو ما يساعد على الفهم والتفسير أكثر للعلاقة بين الرأي العام والإعلام ومدى تأثير وسائل الإعلام في إنتاج مضامين هدفها تشكيل الرأي العام.

4- . أهداف الدراسة :

تحاول هذه الدراسة استكشاف بعض ملامح العلاقة بين الإعلام بصفة عامة وتشكيل الرأي العام وذلك من خلال العناصر التالية :

_ معرفة كيف تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام .

_ معرفة العلاقة بين الإعلام والرأي العام .

_ الكشف عن مكانة الإعلام كمصدر للمعلومات مما يسهل معرفة درجة الإعتماد عليه.

_ الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام .

5 . منهج الدراسة :

بالرغم من أن دراستنا تعتمد على الجانب الكمي أكثر من الجانب الكيفي إلا أننا نرى أن في التعدد المنهجي فائدة خاصة في الكشف عن بعض الحقائق فيما يتعلق بالتماثلات الاجتماعية مما دفعنا إلى الاعتماد على منهجين في دراستنا هما المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب
*المنهج الوصفي :

يعرف المنهج الوصفي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها واستخدامها في التعرف على العلاقة بين الإعلام و الرأي العام و معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام .

*منهج تحليل الخطاب :

يعرف منهج تحليل الخطاب على أنه منهج للكشف عن الوظائف الفكرية وإنتاج وتكوين الأفكار ووظيفة تصوير العلاقات الاجتماعية واستخدامنا منهج تحليل الخطاب من خلال المقابلات مع الطلاب و الأساتذة والإعلاميين حيث اعتبرناها خطابات تعبر وجهات النظر لديهم حول موضوع الدراسة .

6 . أدوات الدراسة :

استخدمنا في دراستنا مجموعة من الأدوات تتمثل فيما يلي :

*الملاحظة :

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي حيث قمنا بملاحظة مدى تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام والعلاقة بينهما وكذا مكانة الإعلام لدى مجتمع البحث في تشكيل الرأي العام وملاحظة توجهات جمهور البحث خلال الأزمات التي تؤدي إلى تشكيل الرأي العام

*المقابلة :

استخدمنا المقابلة من خلال مقابلة مجموعة من طلبة الإعلام والاتصال والأساتذة والإعلاميين وطرح تساؤلات الدراسة عليهم .

7. مجتمع البحث وعينة الدراسة :

*مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا على مجموعة من طلبة الإعلام والاتصال والأساتذة والإعلاميين .

*عينة الدراسة :

تعتبر دراستنا من الدراسات الكيفية وهو ما يدفعنا لاختيار عينة صغيرة خاصة و أن الأدوات التي استخدمناها لا يمكننا تطبيقها مع عينات كبيرة ولقد اعتمدنا على العينة القصدية لأننا لا يمكننا حصر العدد الحقيقي بال إضافة إلى أن دراستنا طابعها الكيفي تعتمد على التفسير أكثر من الكم .

8 . حدود الدراسة :

*الحد المكاني :

تمتد هذه الدراسة في كل من ولاية البويرة و الجزائر العاصمة (طلاب كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 وطلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة بالإضافة إلى أساتذة وإعلاميين) .

*الحد الزمني :

اتخذنا مجموعة الطلبة والأساتذة والإعلاميين مجالا بشريا للدراسة .

9_ تحديد مفاهيم الدراسة :

الإعلام: هو إحدى الوسائل أو المنظمات التجارية التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد

الرأي العام: هو مجموعة من الأفكار الشعبية والعامّة التي تصدر عن الأفراد الذين يعيشون ضمن مجتمع واحد

الإطار النظري للدراسة

• الفصل الأول: ماهية الإعلام.

1 . المبحث الأول: تعريف الإعلام.

2 . المبحث الثاني: أهداف الإعلام.

3 . المبحث الثالث: وظائف الإعلام.

المبحث الأول: تعريف الإعلام.

الإعلام لغة: هو الإبلاغ والإفادة وهو نقل معلومة لشخص ما وتأكيد درايته بها.

الإعلام اصطلاحاً : هو أحد الوسائل أو المنظمات التجارية التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد وتكون عادة غير ربحية و تختلف في ملكيتها فقد تكون عامة أو خاصة ورسمية أو غير رسمية كما تقدم هذه التقنية مواضيع مختلفة للجمهور كالترفيه والمعلومات والتسلية كما زاد انتشار رقعة الإعلام في الآونة الأخيرة مع ظهور الثورة التلفازية ويكون إيصال هذه المعلومات بواسطة تقنيات أو وسائل خاصة بها تسمى وسائل الإعلام كما أن الإعلام هو كلمة اتسع مدلولها بدرجة أصبح من الصعب تعريفها وللإعلام عدة مفاهيم وتعريف نذكر منها يذكر حسام رفقي (1980) أن الإعلام يعتبر بمثابة الاتصال بين المرسل (إعلامي) والمستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية من طرف لآخر ويعرفه زيدان عبد الباقي بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الثابتة والواضحة وهو نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها وهو الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها ففي الوقت نفسه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام و يتفق سيد محمد و عبد اللطيف حمزة مع الألماني "أوتو جروت" بأن تعريف الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها في الوقت نفسه. (1)

المبحث الثاني: أهداف الإعلام:

يهدف الإعلام إلى نقل خبر معين وتوظيفه لخدمة جهة معينة من خلال تحليله بما يتناسب وتوجهات تلك الجهة وفي هذا الحديث نقول أن للإعلام مجموعة من الأهداف الهامة التي أصبحت من مقومات الحياة في العالم الحديث فالإعلام هو الذي يكون الرأي العام وهو سبب من إقامة مجتمع قويم وذلك لأنه يساعد في تحقيق حيادية النقد في المجتمع ويساهم في فتح عيون الرقابة العامة على ما ساء من وضع المجتمعات كما أنه ينشر الأخبار والمعلومات ويجعل العالم كله قرية صغيرة يعرف سكانه كل ما يدور في كل أنحاءها ولعل أبرز أهداف الإعلام نجد:

(1) الإعلام مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم -دراسة موضوعية- كتابة إيمان الحيازي.

***الهدف الاجتماعي :** إن الشباب لا يشعر بقيمته في الجماعة أو المجتمع إلا بعد أن يقوم بعدة أدوار تفرض عليه كالاتصال بزملائه وأقرانه وذلك إلى جانب الاتصال اليومي الذي يقوم به لإشباع حاجاته الأولية والأساسية أما العزلة فتولد عنده الخوف والاكتئاب إذ هو في حاجة لمختلف وسائل الإعلام الشبانية ومصادر المعرفة التي تدعم مكانته في المجتمع فالشباب بحاجة إلى تبادل الأفكار والآراء مع الآخرين من خلال عملية الاتصال المستمر في حياته اليومية مما يفيد في اتخاذ قراراته المصيرية ان انتمائه للمجتمع يكسبه سماته ويدعم عوامل في التنشئة الاجتماعية لديه .

*** الهدف الإعلامي:** يسعى إعلام الشباب إلى تزويدهم بكل المعلومات المتعلقة بحياتهم اليومية والمستقبلية وتشارك في هذه المهمة جميع القطاعات المعنية يعمل الإعلام الشبابي على توجيههم والإصغاء لهم قصد حمايتهم من الوقوع في أضرار الآفات الاجتماعية من جهة كما يساعدهم على تجسيد مبادرتهم ومشاريعهم من جهة أخرى ولتحقيق ذلك لابد من مشاركة أطباء مختصين وعلماء النفس ومستشارين ومربين يساهم الإعلام والاتصال في عملية الإدماج الاجتماعي والمهني التي تحتاج إلى تظافر جهود الجميع بالإضافة إلى الأنشطة التكوينية والتربوية كما يقوم الإعلام بحملات التوعية والوقاية الموجهة لكل فئات الشباب بحيث يجمع المعطيات ثم يعالجها في الأخير يبلغها لهم معتمداً لحل الوسائل والأساليب التي يحتاج لها في عمليات التوعية والتوجيه (1)

*** الهدف الترفيهي:** الشباب أكثر أفراد المجتمع من غيرهم في الحاجة إلى استثمار الوقت الحر لديهم لذلك لابد من إيجاد وبرمجة أنشطة مفيدة ومسلية في نفس الوقت لكن ونظرا للطلب المتزايد عملت الدولة على توسيع جهاز الترفيه من حيث مؤسسات الاستقبال مثل بيوت الشباب والمخيمات الصيفية التي تهدف بدورها إلى توفير أماكن الترفيه على المستوى الوطني وأهمها:

_ تمكين الشباب من اكتشاف المعالم الحضارية والسياحية والتاريخية التي تزخر بها الجزائر انطلاقاً من المحيط الذي يعيشون فيه.

_ تعريفهم أهم المنجزات في الميدان الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي.

(1) فريال أبو جابر، أهداف وسائل الإعلام والاتصال، 18 يونيو 2019.

– العمل على إقامة صداقات جديدة عن طريق الاحتكاك وتبادل الآراء والخبرات والتجارب لإثراء معلوماتهم وتكوينهم

● **الهدف الاقتصادي:** إن الشباب الطموح ولاسيما منهم من يحمل مشروعا ويريد انجازه فالدولة تضع تحت تصرفه كل المعلومات التي تساعد على تحقيق ذلك فهي تجعل في متناوله المعلومات اللازمة على المستوى الاقتصادي والتقني والتشريع والتنظيم المتعلقة بممارسة نشاطه فبذلك تكون قد خصصت أجهزة كاملة لتنشيع الأنشطة ذات الصيغة الإنتاجية بذلك فتحت الدولة صندوقا لدعم تشغيل الشباب بفرض توجيه الشباب نحو الاستثمار والحد من مشكلة البطالة لتعويض مشروع التعاونية بالمؤسسة الصغيرة لكونها تساهم في محاربة شبح البطالة ويعمل على فتح مناصب شغل وكذا تشجيع حرية المبادرة عند الشباب.

● **الهدف التربوي:** إن الميدان التربوي العصري يستعمل وسائل الإعلام والاتصال الملائمة لنشر المعلومات التي من شأنها توجيه الشباب كما تساعد على إدراجهم في الميدان الاجتماعي والاقتصادي والثقافي.

- تستغل هذه الوظائف في محو الأمية والاستدراك المدرسي.
- تساعد على تحضير الامتحانات والمسابقات.
- تعمل على مقاومة الأفكار المسبقة وتعميم المعارف وإيقاظ المعرفة. (1)

المبحث الثالث: وظائف الإعلام.

يعتمد الإعلام على مجموعة من الوظائف التي ترتبط بطبيعة الدور الخاص فيه ضمن المجتمع إذ يحرص على مواكبة حاجات الأفراد الفكرية والمادية وتختلف وظائف الإعلام بين المجتمعات مما أدى إلى قيام مجموعة من المفكرين الإعلاميين بتحديد أهم وظائف الإعلام ومنها:

- تعزيز الإعلام من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات المهمة والضرورية حتى يتمكنوا من فهم المجتمع والعالم والتصرف والتواصل بطريقة سلمية. (2)

(1) نفس المرجع السابق نفسه.

(2) أديب خضور، الإعلام – الموسوعة العربية –

- تحقيق التنشئة الاجتماعية: عن طريق توفير المعرفة المناسبة للأفراد مما يساهم في تعزيز تفاعلهم مع المجتمع ومشاركتهم في الأحداث العامة ويؤدي ذلك إلى تطور وعيهم الاجتماعي.
- دعم الدوافع: أي الأهداف المجتمعية المباشرة عن طريق تشجيع النشاطات الخاصة بالأفراد.
- الحوار عملية تبادل الأفكار حول مجموعة من الحقائق من أجل مناقشتها وتوضيح وجهة النظر المختلفة ومحاولة الوصول إلى اتفاق حول القضايا المطروحة.
- التربية من خلال تقرير التطور العلمي والثقافي ونشر المعرفة في المجتمع.
- الإعلان والدعاية عن طريق المساهمة في دعم الأنشطة الاقتصادية من خلال استخدام الإعلان والتسويق للخدمات والسلع. (1)

(1) نفس المرجع السابق.

الفصل الثاني:

الرأي العام.

- المبحث الأول: تعريف الرأي العام.
- المبحث الثاني: نشأة ومفهوم الرأي العام.
- المبحث الثالث: وظائف الرأي العام.

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

2_ الفصل الثاني : الرأي العام

1_ المبحث الأول : تعريف الرأي العام

يعتبر الرأي العام القوة الحقيقية في المجتمع وهو يشير إلى الآراء التي يعتنقها جمهور ما أو حكم اجتماعي حول مسألة أو قضية معينة بعد مناقشات متبادلة وواعية وفي كلمات أخرى الرأي العام هو إرادة الشعب و لما كان من الصعب أن يتفق كل الناس على رأي معين فقد يوجد رأي آخر هو رأي الأقلية البسيطة وعلى ذلك إن الرأي العام هو رأي الأغلبية و الفكرة السائد بين جمهور من الناس يرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موضوع يحدث حوله جدل ونقاش ونوع من الاحتكاك والتفاعل في المجتمع .

وقد بدأ الاهتمام الجدي والتناول العلمي للرأي العام منذ أوائل ثلاثينيات القرن العشرين، حيث أصبح له نظرياته وفلسفاته، وتقنياته واستخداماته المختلفة، وأساليب قياسية وتوجيهية، وأصبح من المواد الأساسية التي تدرس في العلوم الاجتماعية والإعلامية في العالم.(1) ²⁴

ويري علماء الاجتماع أن الرأي العام هو نتاج التفاعل الاجتماعي المبني على الاتصال، وهذا يعني أنه وثيق الصلة بالمواقف التي يتخذها الأفراد والجماعات إزاء قضية معينة والتي تشكل رأيا عاما أو آراء متعددة حول قضية ما من خلال عمليات اتصالية متنوعة ومستمرة بين الأفراد والجماعات .(2) ²⁵

ومن هذا وجب علينا توضيح معنى الرأي العام أكثر من خلال هذه التعاريف التالية :

_ مفهوم (وليام البيج)

" الرأي العام هو نتاج التفاعل بين الأفراد بعضهم مع البعض الآخر في شكل من أشكال الجماعات التي تتكون من فردين أو أكثر ويظهر في صورة أفكار ويمكن أن نعرف الأفكار من خلال بعض وسائل الاتصال على ضوء هذه الأفكار يمكن افتراض اتجاهاته وقوانينه ويشترط القيام بهذه الأفكار التي يعبر عنها الرأي العام أن تعرض للنقاش الجدي الذي يترجم في كلمات "

_ مفهوم (ألبرت)

"هو تعبير صدر عن مجموعة كبيرة من الناس كما يرونه في مسألة ما أو اقتراح واسع النطاق بحيث ينبعث لديهم هذا التعبير سواء كانوا مؤيدين للفكرة أو معارضين لها وبحيث تكون نسبتهم العددية كافية لأحداث تأثير بطرية مباشرة أو غير مباشرة .

(1) سمير محمد حسين : الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام _ ط3 _ عالم الكتب، القاهرة 1996 _ ص 325 ²⁴

(2) إسماعيل علي سعيد : الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام ، الطبعة الثالثة، دار المعرفة الجامعية

الإسكندرية، 2002، ص 156 ²⁵

_ مفهوم (هاروك تشيلدر) :

" الرأي العام هو مجموعة من الآراء يعتنقها عديد من الأفراد بصرف النظر عن درجة الاتفاق أو التطابق المسبق " (1)

_ مفهوم (دافيسون) :

"الرأي العام هو مجموعة من آراء الأفراد حول قضية ذات اهتمامات ومصالح عامة وغالبا ما تمارس هذه الآراء تأثيرها في سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة والرأي العام لا تقيد أو تحده حدود جغرافية معينة لكنه يرتبط بجمهور معين سواء كان هذا الجمهور تضمنه منطقة معينة أو كان منتشرا في مساحة واسعة من الأرض ونظرا لأن الجمهور لا يتحدد على أساس حدود جغرافية معينة بل تحدد نطاق هذا الجمهور على أساس الاهتمام والمصالح المشتركة التي تضمهم جميعا.

والرأي العام هو الرأي الغالب المنبثق عن أحداث عابرة أو ظرفية وهذا في معظم الأحيان لا يكون من الثوابت الثقافية ولا الدنية العقائدية .

والرأي العام يتكون بسرعة ويمتاز بالتغير من فترة زمنية إلى أخرى فالقضية أو المسألة التي يثار حولها الجدل وقتها ولكل حدث ظروفه المرتبطة بفترة معينة سواء كانت تلك القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية وقد تتغير هذه الظروف من وقت لآخر ومن فترة زمنية إلى أخرى وإن كان للرأي العام يتسم بالثبات النسبي عن الرأي الخاص وبأنه أقل تعرضا للتغير السريع الذي يتعرض له الرأي الخاص أو الشخصي .

2 المبحث الثاني : نشأة مفهوم الرأي العام

لقد أصبح الرأي العام في مجتمعنا الدولي الحديث وذلك نتيجة لجموع الأوضاع السياسية الاقتصادية والاجتماعية الراهنة لهذا المجتمع فهو ذات أثر كبير في حياة الناس اليومية فهو الذي يبني الشهرة ويهدمها يؤازر هيئات الخدمة العامة ويضع القوانين ويلغيها كما أنه يرعى التقاليد الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية أو ينتكر لها وينفخ في الروح المعنوية .

مع أن الرأي العام من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا مع أواخر القرن 18، إبان حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية ، فلا يمكن القول بأن الحضارات القديمة لم تعرف المشابهة للرأي العام وقد عرف اليونان المفاهيم القريبة من فكرة الرأي العام ، كالاتفاق العام أو الاتجاهات السائدة وكانوا يحتفون بها أشد الاحتفاء حتى أنهم خلدوها في معبد البانتويون ، وتحدث الرومان أيضا عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في أواخر عهود إمبراطوريتهم إلى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب ولعله يقترب كثيرا من اصطلاح الرأي العام في التاريخ الحديث ، ثم انتقلنا إلى العصور الوسطى فوجدنا أن العام الإسلامي والعالم المسيحي قد أدرك أهمية الرأي العام فقد كان الخلفاء المسلمون يعنون عناية كبيرة بمعرفة أحوال الرعية واتجاهات الرأي العام فيها .(2)

(1) إسماعيل على سعيد نفس المرجع السابق

ولا شك أن العالم الإسلامي قد عرف الشورى التي تنطوي على الاعتراف بأهمية الرأي العام * وشاورهم في الأمر * و * أمرهم شورى بينهم * ومن الثابت أن عمر بن الخطاب كان يتولى بنفسه دراسة الرأي العام عن طريق الاتصال بعامة الشعب والاستماع إلى آمالهم وآلامهم .

ويروي التاريخ مئات القصص عن هذا الخليفة وغيره ممن قاموا بالتعرف على أحوال الشعب وميوله واتجاهه وحل كل مشكلاته بكل تواضع وزهد حتى أن بعضهم كان يحمل الطعام على ظهره ليقدمه إلى أسر المنكوبين والمعوزين أما عبارة معاوية الخالدة التي كان يقول فيها أن بينه وبين الناس شعرة لا تتقطع فإذا أرخوها شدها وإذا شدوها أرخاها فإنها تدل أبلغ دلالة على الإهتمام بأراء الجماهير وفن سياستهم وقد عرف العالم المسيحي أيضا في العصور الوسطى عبارة الاتفاق العام أو الاجماع وهي مبنية على المفهوم الراقي بفكرة العور العام أو الجماعي التي كان يستعملها أنصار البابا وخصومهم وأنصار الامبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المتنازع عليها .

وفي مستهل العصور الحديثة كان مكيا فيلي أولمن وجه الانظار إلى ضرورة الإهتمام بصوت الله وقد عبر الشاعر الانجليزي شكسبير بلسان هنري الرابع عن *الرأي العام الذي يساعد في الوصول إلى الحكم* .

و لاشك أن الحروب والنزاعات التي قامت في إنجلترا بين الملك والبرلمان قد ساعدت كثيرا على تداول معاني الرأي السائد التي كان يتمسك بها الطهريون والبدلمانيون في خصومتهم الدموية من الملكين و الكاثوليك وقد عبر *وليم تيميل* * فيما نشره سنة 1672 عن طبيعة الحكومة ومصدرها إنما يرجع إلى الرأي السائد إلى الحكومة والخير والشجاعة التي يتصف بها الحاكم أما الفيلسوف الانجليزي جون لوك فقد اهتم بدراسة الأسس القانونية و الأخلاقية للرأي العام وخاصة في مقاله الذي نشره عام 1690 بعنوان الفهم الإنساني وانتقلت أفكار الحرية و الثورة على الطغيان من إنجلترا حيث التوترات الأهلية في القرن السابع عشر التي كلفت البلاد رأس الملك شارل الأول سنة 1649 وعرش الملك جيمس الثاني 1688 إلى أمريكا حيث اندلعت حروب الاستقلال ثم فرنسا حيث شبت الثورة الفرنسية التي أطاحت بالإقطاع ورأس الملك لويس السادس عشر .

منير حجاب، نفس المرجع السابق، ص 209.

وقد عبر الفلاسفة الفرنسيون عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة فأختار مونتسكيون "إصلاح العقل العام" أما روسو ففضل اصطلاح آخر وهو "الإرادة العامة" وكانت العبارات الألمانية مطابقة لهذه المصطلحات الفرنسية كما يبدو من لفظ فولكس جاست .

وفي خضم الثورة الفرنسية ظهر الاصطلاح الحديث و هو الرأي العام "بوبليك أوبينيون وكان يتكرر كثيرا بين فلاسفة العصر ورجال السياسة و الأدب ، وخاصة بين أتباع الوزير "نيسكر" و هكذا يمكن القول أن مفهوم الرأي العام كان تتويجا لمراحل طويلة من الكفاح الميرير من أجل الحرية ، فالعهد الأعظم الذي ظفر به الإنجليز من الملك جون 1215م و البرلمان الذي اجتمع بعد صراع سيمون دي مونتفورت ضد الملك هنري الثالث 1265، وثورة كرومويل ضد الملك شارل الأول سنة 1640م، و خلع الملك جيمس الثاني 1688م، ثم انتقال شرارة الحرية إلى القطرة الأمريكية حيث شبت حروب الاستقلال وإلى فرنسا حيث اندلعت الثورة الفرنسية في أواخر القرن الثامن عشر ، هذه الحركات التحررية التي عجلت على إعلان صوت الشعب هي التي أدت إلى ظهور الرأي العام والاعتراف بقوته .

3. المبحث الثالث: وظائف الرأي العام

يقوم الرأي العام الوهمي أو الحقيقي في المستوى الشعبي بوظيفة الضغط الاجتماعي الذي يدفع أفراد المجتمع إلى الالتزام بأنواع من السلوك نسميها العادات و التقاليد وإلى تبني آراء ومواقف محددة في قضايا الحياة الفردية والجماعية المختلفة فيسهم في دعم الوحدة العنصرية أو القومية أما في المجال السياسي فإن الرأي العام وعناصره يقوم بوظائف متعددة ومن هذه التي أشار إليها المؤلفون في الرأي العام ما يلي:

- دعم القرارات التي تتخذها القيادة وذلك بالمشاركة الفعلية للأغلبية في صناعة القرار او اعتماد ذلك . والتحسس في تنفيذها . (1)²⁸

(1) كاتريل أوزيد، العلاقات العامة، ط 1، حاتم، ص233²⁸

- إسهام المناقشة المفتوحة أثناء تكوين الرأي العام في الكشف عن كثير من الجوانب الخفية للمشكلات والإسهام في التعرف على أفضل حلول لهذه المشكلات من وجهة نظر القيادة والشعب، ويلاحظ أن رأي الأغلبية غير ملزم إلا إذا كان هناك اتفاق مسبق بين الأطراف المعنية على ذلك، فما أكثر الآراء التي تؤيدها الأغلبية والتي تكشف عنها الاستقصاءات ولا تأخذها الحكومات الديمقراطية أو المؤسسات الخاصة.
 - اقتراح القوانين أو القرارات السياسية التي تحقق المصلحة العامة واقتراح إلغاء أو استبدال القوانين والقرارات التي لا تحقق المصلحة العامة من وجهة نظر الشعب خاصة والبت بين الآراء المتعارضة فيها بالتصويت على الصياغة النهائية للتشريعات التي تعرض على جمهور الشعب .
 - المساهمة في مواجهة أخطار الحرب النفسية الذي يوجه إلى الرأي العام المحلي من خارجه أو من داخله والذي أصبح أمراً شائعاً في عصرنا الحاضر ولا يقل خطره عن خطر الأسلحة الفتاكة .
 - مراقبة ما يجري في الساحة السياسية مما له تأثير على أفراد الجمهور سواء فيما يتعلق بسن الأنظمة الإجرائية أو تنفيذ التشريعات والالتزام بها والغالب على الفرد والرأي العام أنه يسارع في التعبير عن عدم الرضا والسخط أكثر من ميله إلى التعبير عن حالات الرضا .
- يقصد أيضا بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد وأهداف وبرامج وتفضيلات حيث عدد المهام المنوطة بالرأي العام في المجالين التاليين : (1)²⁹

(1) كاتريل اوزيد نفس المرجع السابق

1 وظائف الرأي العام في المجال السياسي :

يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية :

*التأثير على القرار السياسي :

من خلال اعتماد الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تبنى على الرأي العام

*التأثير على الانتخابات :

تسمح عملية الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام .

*التأثير على الحكم :

من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين .

*إنجاح خطط الدولة :

حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور في إحباطها إذ لم تتمكن من إقناعه بتوجهاتها لذا تسعى الدولة إلى دعوة الناس للمشاركة في وضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في خلق رأي عام مساهم و متفاهم ومشارك معها .

*تحديد ملامح السياسة الخارجية :

حيث أن له دور هام في هذا من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لابد حدود معينة أن تأخذ في اعتبارها رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله .(1)

(1) الأستاذ بورحلة سليمان محاضرة في مقياس الرأي العام

*التحديث السياسي :

أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي و الآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلفها حركة التغيير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية .

*إصدار القوانين والتصديق عليها :

حيث أن القوانين ما هي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان النظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهيئة الأذهان لها ومحاولة التأكد من وعي الرأي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها كما حدث في مصر عام 1977 م عندما قررت الحكومة رفع الأسعار و اضطربت بعد ذلك إلى حفظها إلى ما كانت عليه نتيجة لعصبية الرأي العام فهذا يؤكد على مدى قوته لإلغاء القوانين .

2_وظائف الرأي العام في المجال الاجتماعي :

*وظيفة الرقابة الاجتماعية :

تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع ما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق مع عادات المجتمع لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تتنافى مع أوامر الشرع وحرمات الناس بل ويفرض الرأي العام على الغريب نفسه حينما يعيشون تحت مظلة هذا المجتمع فهو الذي يوجه تيار اللون والتحفيز تارة والتكريم والتشريف تارة أخرى حسب ما يكون المسلك منفق عليه أو غير منفق عليه .

*تطوير الحياة الاجتماعية :

حيث أن تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية له وبالتالي تظهر قدرته على تغيير الآراء و الأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما يحتاج منها (1)

(1)الأستاذة بورحلة سليمان نفس المرجع السابق

وهو ما يحدث غالبا تحت ضغط الرأي العام كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات في مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها وذلك فالهيئات بمختلف انواعها الرياضية والتعليمية والعلمية تحتاج لرؤيا الرأي العام ومساندته ليحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها توقفت عن العمل لا تتجح من دون مساندته .

*التعبئة الاجتماعية :

مثل إصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه حيث أن إخفائها يؤدي إلى الأضرار بالحكومة إذ يؤثر في قدرتها على التعبئة الاجتماعية لذلك فإن القضاء على الشائعات من خلال سياسة عرض الحقائق يخلق تأييدا .

ويبقى الرأي العام أحد أهم العوامل المهمة بل والمشاركة في عملية صنع القرار في المجتمعات الحديثة وقد بدأت تتبلور قوة وأهمية الرأي العام بدءا من النصف الأول من القرن التاسع عشر ولم يستطع مؤرخ أو باحث أن يتجاهل وجود قوة سياسية واجتماعية تدعى الرأي العام سواء كان يقرها أو ينكرها لذلك نجد الرأي العام دخل دائرة العديد من التخصصات فالسياسيون والاجتماعيون وعلماء النفس كل له إسهاماته ووجهات نظره في تلك الظاهرة مما أوجد تعارضا في بعض الأحيان في تفسيرها والوقوف عليها (1) ³¹

(1)الأستاذ بورحلة سليمان نفس المرجع السابق ³¹

الفصل الثالث:

الإعلام والرأي العام

- المبحث الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام
- المبحث الثاني: تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام.
- المبحث الثالث: العلاقة بين الإعلام والرأي العام الأزمات.

المبحث الأول : دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام

توجد آراء مختلفة حول أثر وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام وبالتالي سيتطرق إلى رأي كل من
جيمس بريس وفاروق يوسف أحمد

يرى جيمس أن الرأي العام يكون في حالة سلبية وهذا يرجع إلى العوامل الثقافية والتعليمية للأفراد أو
الأسباب السياسية تتمثل بطبيعة السلطة الحاكمة وهو ما يولد صراعا بين الطرفين أي الشعب والنظام
الحاكم لينتهي باعتراف و استسلام لرغبة الشعب في التغيير وهو ما حدث في المنطقة العربية أثناء
الثورات والاصطدام مع السلطة للتغيير (1)

وقسم فاروق يوسف أحمد المراحل على خمسة بحيث يركز على أثر وسائل الإعلام في إثارة الاهتمام
لتظهر وجهات النظر و المناقشة حول المسألة أو القضية المثارة وهذا راجع إلى العامل الثقافي والوعي
والمستوى التعليمي بالرغم من تشابك عملية تكوين الرأي العام وتنوع العوامل المساعدة في تكوينه والتأثير
فيه إلا أنها توجد نظريات مختلفة تفسر التأثير الإعلامي وتقف على الظروف و الحالات التي يتكون فيها
حسب آراء المفكرين لهذه العملية (2)

المبحث الثاني : تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام

يقصد بالرأي العام مجموعة الأفكار والمعتقدات الفكرية التي تعتنقها طائفة واسعة من الناس أو تلك
الآثار المشتركة التي يتقاسمها عامة الناس حول مسألة من مسائل الحياة وقضاياها وللرأي العام الدور
الأكبر في تشكيل سياسات المسؤولين والقادة في الدول الديمقراطية بل إنها كثيرا ما تتراجع الحكومات عن
مخطط ما يسبب رفضا له وخروج الناس إلى الشوارع احتجاجا ضد هذا الأخير ووسائل الإعلام دور
بارز في التأثير عليه من خلال عدة نقاط تكمن في :

(1) أيادي حنان دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام رسالة ماجستير جامعة محمد
خيضر بسكرة كلية الحقوق والعلوم السياسية مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع العدد
39
حزيران يونيو 2019

(2) د. عبد الحميد الصالح دور الإعلام في تشكيل الرأي العام حدود الحرية والمسؤولية _جعفر عبد المهدي
صاحب . أوصلو مملكة النرويج

*الإعلام كقدوة :

يعتبر الناس الإعلامي قدوة ومنتقفا لابد من التأثير به وبأنه يقول الحقيقة التي يجب أن يسير عليها كثر لذا حري بالإعلاميين توخي الدقة والأمانة عند نشر الوعي في قضية ما أو بث الأفكار الإيجابية بين عموم الناس فالضمير الحي و الشعور بالمسؤولية هما الدافع الأهم في هذه الناحية

*تأثر الإعلامي و تأثيره :

من يخاطب الناس عبر وسائل الإعلام المختلفة هو أحد أفراد المجتمع الذي يؤثر و يتأثر به لذا يجب عليه التأثير بموضوعية بما يرفع من وعيهم إتجاه إحدى القضايا دون كذب كما لا يصح أن ينحاز لمصالحه ولا يحابي أحد من أصحاب النفوذ أو يسعى وراء شعبية الجماهير عبر التكلم بما يحبون سماعه كما يجب عليه عدم اللجوء للتجريح أو تقديم فكر يتصادم به مع المجتمع بصورة مباشرة لأن ذلك سيبعد الناس عن رسالته ويخسر إمكانية التأثير في رأيهم

*التحديد و التركيز:

نقصد بالتحديد هو تحديد وسائل الإعلام لهدف مخاطبة الرأي العام و تعيين المواضيع التي يجب التحدث عنها ومن هذا المنطلق يتحكم الإعلام بمصائر المجتمع عبر إهتمامه بعرض قضايا وتهميش أخرى لذا يجب عليها بكل أشكالها و العاملين فيها تحديد الأولويات التي يجب التحدث عنها للناس فليس من المعقول الحديث عن أسبوع الموضة مثلا في الوقت الذي تعاني فيه البلد من زيادة مستوى البطالة أما التركيز فنقصد به إعطاء وسائل الإعلام القضايا الحيوية و المصيرية و الحجم و الوقت الكافيين للتغطية النقل فليس مهما المرور على تلك القضايا خلال ساعة في برنامج أو تقرير بل على وسيلة الإعلام إدارة العمل الصحفي بالإرتباط مع واقع الناس و همومهم عبر خطة عمل شاملة و متكاملة (1)

(1) . فاطمة مشعلة مهارات التواصل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام

كما يقتصر دور وسائل الإعلام في تزويد المستقبلين بالمعلومات و الأفكار و الأخبار المتعددة ويكون التأثير بالرأي العام من خلال الطريقة التي يعرض بها مواد الإعلامية وتعتبر من الوسائل المهمة و المؤثرة في الرأي العام وتكون نتيجة ذلك واضحة من خلال ردات فعل الجمهور إزاء قضية معينة .

المبحث الثالث : العلاقة بين الإعلام والرأي العام والأزمات

إن الحديث عن العلاقة التي تجمع بين الإعلام والرأي العام والأزمات يحيل إلى طبيعة التداخل البنوي والوظيفي الذي يجعل الإعلام يسعى لتشكيل الرأي العام أثناء القيام بوظيفته سواء تم ذلك في الأوضاع العادية أو أثناء الأزمات وسواء حدثت هذه الأزمات بسبب الفعل الإعلامي (كفعل تضليلي أو تحريضي أو استقصائي) أو بمعزل عنه فوجد نفسه شاهدا على الأزمة أو جزءا منها ولا شك أن الثابت في هذه العلاقة هو حضور إثنين من أطرافها على الأقل بصورة دائمة وهذا الحضور لا ينفك يستدعي الطرف الثالث في المجتمعات الحديثة التي يصعب عليها الإستغناء عن خدمات الإعلام كما يصعب عليها تجنب حدوث الأزمات وإتخاذ القرارات في غياب الرأي العام أو عدم أخذه في الإعتبار

وإذا كانت وسائل الإعلام في السابق هي التي تنفرد بتشكيل الرأي العام من خلال إنفرادها بالتواصل الإعلامي الذي يستهدف أعدادا كبيرة من الجماهير ويستطيع أن يتجاوز الحدود بفضل التكنولوجيا ووسائل النقل فإن ثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات أوجدت نوعا جديدا من الإعلام المتعولم الذي لا تحده الحدود الجغرافية ولا يتأثر بعدي الزمان والمكان كما أنها أوجدت نوعا جديدا من التواصل الإجتماعي الذي يتيح لبلابين البشر إمكانية التواصل فيها بينهم و إنتاج الرسائل التواصلية ونشرها بأدوات لا تقل فعالية عن الأدوات التي إحتكرتها وسائل الإعلام (2)

(2). نفس المرجع السابق

التقليدية لقرون خلت وهكذا فإن الفتح التواصلي الجديد إنعكس على صناعة الرأي العام وعلى تناول الأزمات التي تحدث في المجتمع وطريقة إدارتها

يهدف هذا البحث لوضع مقارنة تعيد رسم العلاقة بين الإعلام والرأي العام و الأزمات إستنادا على أسس تفاعلية أقتضتها مستحدثات التواصل في العصر الحالي وأسس تكاملية تساعد على فهم علاقة الإعلام بالرأي العام في أوقات الأزمات والتأثير والتأثر الذي يحدث بين الأطراف الثلاثة من خلال الإستئناس بإحدى أكبر الأزمات المعاصرة التي تبسط الدليل على طبيعة العلاقة بين الإعلام و الرأي العام و الأزمات ألا وهي أزمة مقتل الصحفي السعودي جمال خاشقجي في قنصلية بلاده في مدينة إسطنبول التركية في الثاني من أكتوبر/تشرين الأول 2018.

فمن خلال هذه الأزمة تتجلى أهمية العلاقة التي تربط بين الإعلام و الرأي العام والأزمات عندما يتفاعل الإعلام مع حادث محدود المكان والزمان ويحوّله إلى أزمة تتأثر بإهتمام الجماهير ويستمر التفاعل حتى ينتج عنه رأي عام يؤثر في إتخاذ القرارات ويتجاوز ذلك إلى رسم صورة ذهنية يصعب تعديلها وتحسينها فقد قدمت أزمة مقتل خاشقجي نموذجا للتداخل البنوي والوظيفي لوسائل الإعلام مع الرأي العام والأزمات ونموذجا للتفاعل و التكامل الذي يحدث بين هذه الأطراف الثلاثة. (3)

(2) نفس المرجع السابق

خاتمة :

الحمد لله الذي وفقنا على إتمام هذه المذكرة فقد خلصنا إلى نتائج تقول بأن وسائل الإعلام لها تأثير كبير في تشكيل الرأي العام حيث خلصت دراستنا أثناء مناقشتنا حول الإعلام والرأي العام إلى الوصول للعلاقة التي تجمع بينهم في تشكيل الرأي العام وما مدى دور وسائل الإعلام في تشكيله .

تعد وسائل الإعلام من أهم الأسباب التي أدت إلى تشكل الرأي العام وانتشارهم بسرعة أكبر وهذا نظرا للعمل والدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين .

تناولنا في الفصل الثاني الحديث عن الرأي العام ونشأته ووظائفه حيث توصلنا إلى مفهوم الرأي العام بأنه مجموعة من آراء الأفراد حول قضية مهمة ما ذات اهتمامات ومصالح عامة يمثل جمهور معين سواء كان هذا الجمهور تضبطه منطقة معينة أم مختلفة ومع مرور الأزمنة اتضح أنه مصطلح حديث ظهر خلال حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية كذلك ظهر في العالم الإسلامي والحضارات الرومانية واليونانية .

خلصت الدراسة المتعلقة بالرأي العام بأن وظائفه تقوم على المشاركة الفعلية للأعضاء والمناقشة الفعلية للمشكلات وتقديم أفضل حلول والمساهمة في مواجهة كل ما يعيق الرأي العام سواء من داخله أو خارجه ألا وهي الحرب النفسية وتختلف أهدافه وبرامجه حسب المهام وتنوع مجالاته السياسية والاجتماعية .

بينما في الفصل الثالث تم فيه التحدث عن الإعلام والرأي العام خصوصا العلاقة بينهما وكذا دور وتأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام .

وفي الأخير نقول أن الإعلام لعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام من خلال مختلف تأثيراته ووظائفه التي ساعدت في تشكل الرأي العام وكذا تبين لنا العلاقة التي تربط الإعلام والرأي العام خلال الأزمان .

قائمة المصادر

و

المراجع

1_ الإعلام مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية

2_ فريال أبو جابر أهداف وسائل الإعلام و الإتصال 18 يونيو 2019

3_ أديب خضور الإعلام الموسوعة العربية

- 4_ سمير محمد حسين الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام الطبعة الثالثة عالم الكتب القاهرة 1996.
- 5_ إسماعيل علي سعيد الإعلام و الاتصال بال جماهير و الرأي العام ط 3. دار المعرفة الجامعية الإسكندرية 2002
- 6_ منير حجاب .معجم العلوم الفجر للنشر و التوزيع 2004
- 7_ كاتريل أوزيد العلاقات العامة. الطبعة الأولى
- 8_ د. بورحلة سليمان محاضرة في مقياس العلاقات العامة
- 9_ د. عبد الحميد الصالح الإعلام في تشكيل الرأي العام حدود الحرية و المسؤولية
- 10_ أ د. جعفر عبد المهدي صاحب .أوسلو. مملكة النرويج
- 11_ أيبي حنان دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام رسالة ماجستير جامعة محمد خيضر .بسكرة. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات و الإجتماع
- 12_ فاطمة مشعلة .مهارات التواصل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام