



دور وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام

م.م. رشا صاحب هاوي

الكلية التقنية الهندسية (المبرائية) - الجامعة التقنية (الوسطى)

يلعب الاعلام دوراً أساسياً في عملية صنع القرار من قبل الجهات السياسية الحاكمة في الدولة نتيجة لتأثيرها المباشر في تغيير وصنع اتجاهات الافراد الفكرية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتي بدورها تساهم في عملية تشكيل الرأي العام، فالإعلام هو الموجه الرئيسي لعقول الناس وتوجهاتهم ومعتقداتهم الفكرية التي يعتنقها او يتقاسمها عامة الناس حول قضية او مسألة تمس مصالح الناس في المجتمع كما ان للرأي العام دوراً كبيراً في تشكيل سياسات المسؤولين والقادة في الدول الديمقراطية بل وحتى عمليات تغيير القرارات السياسية او التراجع عنها نتيجة للآراء والمواقف الشعبية المتخذة من قبل الافراد في المجتمع.

Abstract

The media plays a fundamental role in the decision-making process by the ruling political parties in the state as a result of their direct influence in changing and making the intellectual, political, social and cultural trends of individuals, which in turn contribute to the process of forming public opinion, The media is the main guide for people's minds, orientations and intellectual beliefs that are either embraced or shared by the general public on an issue or issue that affects the interests of people in society, and public opinion has a major role in shaping the policies of officials and leaders in democratic countries and even processes of changing or reversing political decisions as a result of opinions and positions. Popularity taken by individuals in society.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام-الرأي العام-الاشاعة-التأثير



المقدمة

يعد الاعلام بمفهومه العام الوجه الاخر لشكل النظام السياسي بمعنى آخر مرآة النظام السياسي السائد ان كان سلباً او ايجاباً. اذ لا يخفى على الجمهور كل التداعيات التي سببتها الاختلافات الايديولوجية للحكم في اغلب البلدان وعلى الاعلام بصورة مباشرة، خاصة ان الاعلام كان في مرحلة ما الوسيلة الاقوى للتأثير في قناعة الانسان وقبوله ورفضه للأفكار والآراء ازاء القضايا المهمة، حيث كانت وما زالت الوسائل الاعلامية اداة للتعبير عن الرأي باعتبار ان التعبير الحر عن الرأي العام هو صمام الامان الرئيسي ضد الاستبداد في الدولة الحديثة، كما لا يختلف اثنان على ان هناك علاقة بين الرأي العام والإعلام بشكل كبير فكلما تقدم الاعلام في اسلوب صياغة الرسالة كلما كان تأثيره اكبر وأوسع في الرأي العام، اذ اصبح للرأي العام في مجتمعنا الدولي الحديث قوة كبيرة وفعالة نتيجة للظروف والأوضاع التي يعيشها المجتمع من نواحي عدة كالسياسية والاقتصادية والاجتماعية كما ان له تأثير كبير في حياة الناس اليومية كونه يبني الشهرة وفي لحظات يهدمها فضلا عن دوره الفعال في وضع وصياغة القوانين وإلغائها مراعيًا التقاليد والأعراف الاجتماعية او يتنكر لها، كل هذه الامور جعلتنا نقف في تساؤل كبير لفهم ومعرفة الرأي العام بشكل اكبر ودوره الفعال في المجتمع وفي هذا الموضوع حاولت الباحثة الوقوف على دور الاعلام ووسائله المختلفة في تشكيل الآراء لدى الافراد وعمليات اتخاذ القرارات السياسية ومدى استجابة صناع القرار السياسي لتلك الآراء المتخذة من قبل الجمهور.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للبحث

اولاً: مشكلة البحث :-

تنطلق مشكلة البحث من مدى قدرة وسائل الاعلام على التأثير في الرأي العام العالمي اذا ما علمنا ان وسائل الاعلام متنوعة ومتعددة كمواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات الصحفية والقنوات الفضائية وتحاول مشكلة البحث الاجابة على التساؤلات الآتية:



- ١- هل هناك تأثير لوسائل الاعلام على تشكيل الرأي العام ؟
- ٢- هل توجد علاقة بين الرأي العام وعملية صنع القرار ؟
- ٣- هل يعمل الاعلام على تغيير الاتجاهات والآراء التي تتكون تحت تأثير الحقائق المزيفة والمشوهة للأخبار ؟

ثانياً: اهداف البحث:-

- ١- معرفة وتفسير ظاهرة الرأي العام وتوضيح مراحل تكوين الرأي العام العالمي .
- ٢- الايام بالوسائل الاعلامية وخصائص تصميم البرامج الاعلامية التي لها تأثير على الجمهور في تشكيل الرأي العام.
- ٣- الوقوف على العلاقة بين الاعلام ورسائل صناع القرار السياسي في ظهور الشرائح المؤيدة وغير المؤيدة للقضايا السياسية المطروحة .
- ٤- معرفة تأثير الاشاعة في الرأي العام .

ثالثاً: اهمية البحث :-

ان عملية صنع القرارات السياسية واتخاذها تعد من الامور البالغة الاهمية في حياة الشعوب وقدراتها . فضلاً عن اهميتها في اقامة أنظمة الحكم السياسية في المجتمعات الدولية . اننا نعيش في وقتنا الحاضر عصر يسمى عصر الاعلام والثورة المعلوماتية وانواع ووسائل الاعلام الكثيرة والدور الكبير الذي تلعبه الوسائل الاعلامية في التأثير على الجمهور لخلق وتكوين الآراء العالمية لمختلف القضايا (السياسة، الاجتماعية، الثقافية... الخ) وتأثيرها على حياتنا اليومية والتي بدورها تؤثر في عملية صنع القرارات السياسية .

ان اهم ما يميز الرأي العام المتداول هو اعتباره نتاج حقيقي بالاجماع في احد القضايا الاساسية المهمة وليس فقط الترويج عن قضية معينة لاستحالة الرأي العام في اتجاه او ضد قضية معينة، وحتى يتم تحقيق هذا الاجماع او استمالة الرأي العام غالباً ما تلعب وسائل الاعلام ادوارها في



خلق هذا الاتجاه او ضد قضية ما، توجهنا في هذا البحث للوقوف على هذا الدور المهم الذي تقدمه الوسائل الاعلامية ومادتها الاعلامية في عمليات التأثير على الرأي العام.

رابعاً: فرضية البحث:

يعتمد البحث على فرضية وجود علاقة متبادلة بين الرأي العام والإعلام، اذ يقدم الاعلام المعلومات والحقائق ازاء الاحداث والمواقف للجمهور لغرض معاونتهم في تكوين الرأي العام.

خامساً: هيكلية البحث:

يتكون البحث من مقدمة وثلاث فصول وخاتمة واستنتاجات وتوصيات، اذ بين الفصل الاول الدراسة المنهجية للبحث من مشكلة البحث وأهدافه وأهميته والفرضية ومنهجيته، اما الفصل الثاني فقد تناول البحث الاعلام والرأي العام في ثلاث مباحث جاء المبحث الاول بعنوان مفهوم الاعلام ووظائفه والمبحث الثاني مفهوم الرأي العام وأهميته اما المبحث الثالث فكان بعنوان انواع الرأي العام وخصائصه، اما الفصل الثالث اوضحت فيه الباحثة اهمية وسائل الاعلام وكيفية تأثيرها على الرأي العام، اذ بين المبحث الاول اهمية وسائل الاعلام اتجاه الرأي العام والمبحث الثاني تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام اما المبحث الثالث فقد تناول موضوع الاشاعة وأنواعها وتأثيرها في الرأي العام بعدها خرجت الباحثة بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

سادساً: منهجية البحث:-

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي باعتباره من اهم المناهج البحثية المتعلقة بالدراسات الانسانية خاصة في الاشاعة والدعاية والحرب النفسية ودراسات الرأي العام كونه يعد منهجاً علمياً يستخدم في الدراسات والعلوم الانسانية بل اصبح الباحثون يستخدموه بشكل واسع في مختلف علوم الحياة مثل علوم الاتصال والنفوس والتربية وغيرها.

سابعاً: المفاهيم الواردة في البحث:

هنالك بعض المفاهيم التي وردت في البحث يمكن توضيحها كالآتي:



- ١- الخبر: وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام.
- ٢- ألتجاه: هو تبني الفرد لرأي معين حول قضية ما.
- ٣- التوظيف الإعلامي: استخدام وسائل الاعلام لترويج عن احداث او قضايا معينة.
- ٤- البرامج الإعلامية: الحملات الاعلامية التي تبث عبر وسائل الاعلام.
- ٥- الاعلام الالكتروني: هو الاعلام الجديد الذي يدمج بين التقليدي والحديث والمقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الاعلام والرأي العام

المبحث الاول: - مفهوم الاعلام ووظائفه

يختلف مفهوم الاعلام تبعاً للبيئة التي يعيش فيها خاصة لدى من يمتحن الاعلام ويعمل فيه فالصحفي في اثناء اداءه لعمله الاعلامي يعكس معه ثقافته النابعة من المجتمع الذي يعيش فيه ودينه ومعتقداته ولونه او عرقه وسياسة المؤسسة الاعلامية او رئيس التحرير وملكية المؤسسة والرقابة فضلاً عن مهارته وخبرته الصحفية وكذلك البيئة والمناخ السياسي للبلد الذي يعمل به^(١)، اذ يشكل الاعلام اليوم مادة اساسية في تنمية وتطوير المجتمعات البشرية بالاتجاه الذي يؤدي الى توسيع وزيادة المعارف وتناقلها عبر الافراد (الجماهير) كما يقوم بدور اساسي في حل المشكلات الجوهرية لسكان العالم كما انه يساهم في تعبئة الرأي العام وإيقاظه فيما يتعلق بالقضايا المهمة التي تؤثر على تطور المجتمعات التي يقف عليها الجنس البشري كالقضايا السياسية والاقتصادية والتنمية ... الخ^(٢).

فالاعلام اليوم وعبر وسائله وأشكاله المتعددة له دور كبير ومهم في توعية المواطنين وتبصيرهم فضلاً عن دوره في الرقابة كونه حليف التنمية وعامل تأثير في الحياة السياسية على المستوى المحلي والوطني والصعيد الدولي وأداة نمو اقتصادي واجتماعي وثقافي^(٣).



لقد قدم الكثير من الباحثين في مجال الاعلام الكثير من المفاهيم والتعاريف التي غالبا ما ينقصها الشرح التفصيلي الدقيق للوظائف والعناصر والأشكال الاعلامية التي تمتاز بها المادة المعلوماتية المقدمة عبر الوسائل الاعلامية^(٤).

الا انه من المفاهيم الأكثر شمولية وأصالة هو مفهوم غلاف المعلومات (الانفوسيفر) وهذا المفهوم يقوم على اساس التشابه مع كوكب الارض اخاط بطبقات من التراتوسيفر والايونوسيفر ولايمكن للإنسان العيش خارج الغلاف الجوي لعدم وجود الاوكسجين فضلا عن وجود طبقة الاوزون التي تمثل غلافاً عازلاً عن الاشعاعات الكونية الخطرة ، وأنا كأفراد نعيش في غلاف من المعلومات تأتي من مصادر متعددة اهمها الوسائل الاعلامية وأشكال مختلفة من انواع الاتصال المباشر وغير المباشر والاتصال الشخصي والعمودي فضلاً عن الاطراف المشتركة فيها كقادة الرأي العام ، الاسرة ، زملاء العمل ، المدرسة ، الأصدقاء الاقارب ، وهم محاصرين بالملايين من الرسائل الاتصالية وكم هائل من المعلومات والنشرات الاخبارية ، حيث تدخل اذهاننا سواء شئنا ام ابينا وبشكل واع او غير واع ، وبالتالي تتحكم برؤيتنا للعالم الخارجي ، ووجهات نظرنا حوله وأفكارنا المسبقة ومعارفنا المكتسبة وردود الافعال المتخذة والصورة الذهنية المكونة عن العالم الحقيقي الموجودين فيه^(٥) .

ان ماهية عمل الاعلام هي تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق الصادقة والواضحة والصحيحة حيث لا يكون هنالك اعلام سليم وبناء مالم تكون المعلومات المقدمة عبر وسائله من الصحة والموضوعية والمصادقية الكبيرة ، اذ ان الجمهور يتعرض الى المد الهائل وبشكل يومي وفوري من الرسائل الاعلامية في مختلف الوسائل الاعلامية من الاذاعات والتلفزيونات والصحف ووسائل التواصل الاجتماعي في الاماكن الخاصة والعامة من خلال عمله وبيئته الاجتماعية واتصالاته بالآخرين^(٦).

مما لا شك فيه ان الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام بشكلها العام وفق ما اجمع عليه العديد من باحثي الاعلام وواضعي النظريات في علم الاتصال هي^(٧) :-



- ١- الاخبار :- وهي عملية نقل المعلومات والأخبار بأنواعها الى الافراد ليكونوا على دراية بما يدور حوله من احداث في مجتمعه والمجتمعات الاخرى .
- ٢- التربية :- من خلال تقدم المواد الاعلامية التي تؤدي الى زرع المثل والأخلاق الفاضلة وتداولها في المجتمع بمعنى تلقين الانماط المقبولة من السلوك.
- ٣- التعليم :- يلعب الاعلام دوراً مهماً وفعالاً في نقل الثقافة والمعرفة كدور المؤسسات التعليمية والأكاديمية في زرع ونقل المعارف المكتسبة وتمينها لدى الافراد، اذ ان جزء كبير من العلم والمعرفة نحصل عليه من خلال التعرض لوسائل الاعلام.
- ٤- التنشئة الاجتماعية : تقوم وسائل الاعلام في المساعدة على تقبل ونقل الثقافة الوطنية في المجتمع كما تقوم ايضاً بنقل القيم والتقاليد الاجتماعية المتوارثة والمقبولة من جيل لآخر باعتبارها من سمات الهوية الوطنية لدى الشعوب ، اذ يقوم الاعلام بتعزيز الشعور بالانتماء الوطني ويساعد على تماسك وترابط ابناء المجتمع الواحد واحفاظة على هويته الثقافية والوطنية.

المبحث الثاني:- مفهوم الرأي العام وأهميته

اولاً :- مفهوم الرأي العام :-

لقد حظي مفهوم الرأي العام بتفكير العديد من الكتاب والمؤلفين والباحثين في العلوم السياسية والاجتماعية والنفسية وذهبوا في تعاريفه مذاهب شتى اختلفت في بعض الاحيان وتشابهت في جوانب عدة من هذا المفهوم.

ان الرأي العام اصطلاحاً حديث النشأة اذ لم يعرف الا في القرن الثامن عشر اما الرأي العام كظاهرة فقد ارتبط وجوده بوجود المجتمعات الانسانية منذ فجر التاريخ، فقد كان للرأي العام شان كبير في المدن اليونانية القديمة وكان موضع اهتمام الاشوريين القدماء كما نال اهتماماً بالغاً في الحياة السياسية للفلاسفة القدماء مثل افلاطون وارسطو وغيرهم اذ استخدمت عبارات مثل (ارادة الامة) و(صوت الشعب) و(الروح العامة) كدلالات للرأي العام في الدراسات والفلسفات القديمة^(٨).



ويعد الرأي العام بمفهومه العام والشامل اصطلاحاً شائعاً بسبب قوى تأثيره على النشاط السياسي والاجتماعي فضلاً عن النشاط الاقتصادي، فالرأي العام من أكثر المصطلحات إثارة في المجتمعات كافة لما يلعبه من دور أساسي في المسائل الكبيرة والرئيسية التي يمر بها المجتمع بمؤسساته المختلفة والمعقدة في تراكيبه ومعتقداته لذا يعده العلماء ظاهرة معقدة لارتباطه الوثيق بطبقات المجتمع^(٩).

وقد كثرت التعريفات بالرأي العام واختلف فقهاء القانون وعلماء السياسة والاجتماع في تعريفه فقد عرفه البعض بأنه (مجموعة من الافكار والمعتقدات التي تكونها الشعوب عادة في مسألة معينة تحت تأثير الاعلام والتوجيه ، وانه ايضا الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذات اهمية عامة بعد مناقشة علنية مقبولة)^(١٠).

وعرفه بعضهم بأنه تعبير عن وجهات نظر الشعب في الاشتراك مع السلطات في اتخاذ القرارات لتشكيل السياسة العامة بشرط ان تكون هذه السياسة نتاج مشاور حر من خلال مناقشات جماهيرية وحوار بين الافراد وزعماء الاغلبية من الشعب التي تحكم مع حق الاقلية في المعارضة^(١١).

كما عرفه جيمس برايد بأنه (هو مجموعة من الآراء التي يدين بها الناس ازاء القضايا والموضوعات التي تهم الجماعة وتؤثر فيها)^(١٢).

اما معجم المصطلحات الاعلامية فقد عرف الرأي العام على انه : (وجهة نظر اغلبية الجماعة التي يفوقها اي رأي آخر ، وذلك في وقت معين ازاء مسألة تعني الجماعة وتدور حول المناقشة صراحة او ضمناً في اطار الجماعة)^(١٣).

وعرفه ايضا د. ابراهيم امام بأنه (الفكرة السائدة بين جمهور من الناس ، تربطهم مصلحة مشتركة تجاه موقف من المواقف او مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم او تتعلق بمصالحهم المشتركة)^(١٤).



وقد عرفه مختار التهامي انه (الاتجاه السائد بين اغلبية الشعب الواعية في فترة معينة ، بالنسبة لقضية او اكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الاغلبية وقيمها الانسانية الاساسية مساً مباشراً^(١٥) .

وعرفت د. حميدة سميسم الرأي انه (المزيج من الاستعداد الفكري والنفسي والعصبي ، اي انه لا يقتصد على النواحي الذهنية فقط بل يحتوي على مكونات نفسية وعصبية)^(١٦) .

ان عملية تكوين ونشوء الرأي العام لا يأتي من الفراغ بل يتشكل نتيجة العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية البناءة للمجتمعات والتي بدورها تكون الجمهور وتعد من الاساسيات والمقومات التي تؤثر وتساهم في تشكيل وبناء الرأي العام^(١٧) .

مما تقدم نرى ان التعريفات السابقة قد اعطت صورة واضحة لمفهوم الرأي العام ، حيث يمكن تعريفه بأنه (رأي تم التعبير عنه من قبل مجموعة من الافراد حول مشكلة او قضية مثارة تمس اغلب المصالح والجوانب المهمة من الحياة ، بمعنى رد فعل الجمهور ازاء الاحداث التي يعيشها الفرد) .

ثانياً: - اهمية الرأي العام : لقد اولت جميع المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية اهتماماً بالغاً وكبيراً وبشكل ملحوظ بالرأي العام لما له من أثر كبير ومتزايد في صناعة القرارات في الحياة العامة للناس واجتمع فقد شهد الرأي صحوه كبيرة خلال الحربين العالميتين الاولى والثانية متأثراً بالأحداث الهامة والكبيرة التي حدثت انذاك على المسرح الدولي^(١٨) ، فالساسة وصناع القرار يتوددون اليه لكونه المعين لهم في رسم سياستهم وخططهم وبرامج عملهم خاصة المستقبلية فضلاً عن اهميته كأداة لغرض الضبط الاجتماعي كما ان رجال الاقتصاد ورجال السوق والأعمال يعتمدون عليه في زيادة الانتاج وتسويق بضائعهم وخدماتهم ، لذلك كان الرأي العام منذ القدم محط اهتمام من العلماء والمفكرين وفي ظروف الحرب والسلم كما له اهمية في جميع الانظمة السياسية والديمقراطية والاشتراكية والدكتاتورية^(١٩) ، ان الثورة المعلوماتية الحاصلة في وسائل الاعلام والتي ادخلتنا الى عالم الانترنت استطاعت ان



تقلص الفجوة بين البلدان البعيدة ولم يعد هناك امكانية لاحتواء الطوفان المعلوماتي الهائل الذي بدأ يخترق حياتنا فما يحدث بالغرض يصلنا في الشرق بأقل من الثانية والعكس صحيح بل وأصبح الجميع اليوم قادر على المشاركة في صناعة القرار وتحريكه من خلال المساهمة والمشاركة في عملية تطوير وتشكيل الحياة العامة^(٢٠). وقد شهد الاعلام الالكتروني العديد من التطبيقات ذات المحتوى الاعلامي المؤثر والفعال من خلال اقبال الجماهير عليه خاصة وقت الازمات (السياسية والاجتماعية والاقتصادية) وأهمها المدونات والفيس بوك وتويتر والدردشات واليوتيوب اذ لعبت هذه المواقع دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان ومنها دول الشرق الاوسط فقد تصدرت مواقع مهمة في احداث ما يسمى بثورات الربيع العربي خاصة تونس ومصر لتروي للعام جمع ما يحدث هناك بعيدا عن مقصات الرقيب وأحدثت تأثيرا كبيرا على الرأي العام نذاك على كافة المستويات المحلية والعربية والعالمية واستطاعت اسقاط النظم الرئاسية في تلك البلدان^(٢١).

المبحث الثالث:- انواع الرأي العام وخصائصه

اولا:- انواع الرأي العام :-

ان للرأي العام اقسام وأنواع وصور متعددة طبقا للمعايير التي اعتمدت في التصنيف او التقسيم وبحسب الظروف والأوضاع التي اوجدته او كشفت عن وجوده، وهي:-

اولاً:- حسب طبيعته وإمكانية التعبير عنه :-

١- الرأي العام الكامن :- في هذا النوع يكون الرأي العام غير محدد وواضح لدى الجمهور حول مشكلة تتطلب اتخاذ موقف معين على الرغم من احساس الناس بهذه المشكلة لذا فإن الرأي العام لا يظهر الا في حالات تتطلب عملاً معيناً ذا اتجاه معين^(٢٢).

٢ الرأي العام الظاهر :- ويقصد به الرأي العام الذي يتم التعبير عنه بكل وضوح وصراحه وتناوله وسائل الاعلام الجماهيرية المختلفة ويتحدث فيه الناس بكل حرية في احاديثهم ومناقشاتهم^(٢٣).



ثانيا : - حسب تأثيره ومشاركته السياسية :-

١- الرأي العام السلبي :- هذا النوع من الرأي العام يتكون حسب نشاطه وتأثيره ومشاركته في السياسة العامة ويفترض وجود جمهور سلبي يتلقى وجهات النظر ويكتفي بالانسياق وراءها (٢٤).

٢- الرأي العام الايجابي :- ويعني حق الافراد في التعبير عن ارائهم بكل حرية وبشكل ايجابي خاصة بالنسبة للقضايا ذات الاتجاه العام في المسائل العامة الجارية اذ لهم الحق في ابداء الرأي والدفاع عنه من اجل الوصول الى الاتفاق العام للوصول الى هدف معين اذ لديهم المقدرة على القيادة واقرارها (٢٥).

ثالثاً :- حسب الانتشار الجغرافي والاجتماعي :-

١- الرأي العام اقليمي :- هو الرأي السائد بين طائفة معينة تمثل اغلبية الشعب الداعية في دولة ما لمنطقة جغرافية معينة او محافظة معينة بالنسبة لقضية او مشكلة او ازمة يحتمل فيها النقاش والجدل وتمس مصالحها او قيمها الانسانية ، وتكتسب الاراء والقرارات والاحكام السائدة وفقاً لهذا الرأي صفة الاستقرار ولكنها تختلف في دلالاتها ووضوحها لدى اذهان الافراد على الرغم انها تصدر عن اتفاق متبادل لأغليبتهم ، واهم الخصائص التي تميز الرأي العام اقليمي هي (٢٦) :-

- الانتماء للمجتمع اقليمي
- المجتمع اقليمي يكون صغيراً عادة
- التجانس بين الافراد
- الاكتفاء الذاتي

٢- الرأي العام الوطني :- وسمي بهذا الاسم لارتباطه بالوطن او الدولة ، ويتميز بالخصائص التالية (٢٧) :-

أ- التجانس بين الافراد لوجود خلفيات من التراث والتقاليد الراسخة .



ب- امكانية التنبؤ به من خلال الدراسات والقياسات التي تقام في مراكز ووحدات بحوث الرأي العام .

ج- يقوم هذا النوع بمعالجة المشاكل الوطنية التي تمس المصالح العامة والوطنية.

٣- الرأي العام العالمي :- ويقصد به الرأي العام السائد بين اغلبية شعوب العالم حول قضية معينة تمس مصالح او قيم الشعوب ويمثل ايضا الاتجاهات التي تسيطر على اكثر من مجتمع وتعكس توافقا في المواقف بين اكثر من وحدة سياسية والتي تعد من سمات المجتمع الدولي العام^(٢٨).

اذ يلعب الرأي العام العالمي دوراً مهماً وفعالاً في حياة الافراد وتزايد العمل الدائم من اجل توطيد ودعم السلوك والأمن الدوليين والحفاظ على حرية الانسان وحقوقه من خلال الاجتماعات والنداءات والمطالب والشكاوى التي ترفع الى المنظمات الدولية فأصبح وجوده حقيقة ملموسة وذات تأثير وقوة^(٢٩).

٤- الرأي العام الاقليمي :- ويقصد به الرأي العام السائد بين مجموعة من الافراد ضمن اقليم واحد ذات وحدات سياسية او الدولة المتجاورة جغرافيا مثل دول الخليج العربي او اقطار المغرب العربي او دول جنوب شرق آسيا او رأي عام عربي - افريقي - اوروبي حول قضية معينة تمس المصالح الاقليمية المشتركة ذات الارتباط التاريخي والعادات والتقاليد والمعتقدات التي تتشابه بها وايضا الاوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ووحدة اللغة والثقافة^(٣٠).
رابعاً :- حسب الجمهور:-

١- رأي الاغلبية :- ويقصد به رأي اغلبية الجماعة ذات التأثير اي ما يزيد على النصف ولكنه في بعض الاحيان يركن الى الكسل والخمول وتعد هذه الصفة من عيوب رأي الاغلبية^(٣١).



٢- رأي الاقلية :- وهنا يكون الرأي العام يمثل نصف الجماعة الفعال وبالرغم من اقليته الا انه يمتاز برجاحة العقل والرأي السديد كونه يمثل الصفوة المثقفة من قادة الرأي التي لا يستهان بها^(٣٢).

٣- الرأي الائتلافي :- وغالباً ما يكون هذا الرأي ولید عوامل خارجية ازاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ضغط او ظرف معين فينشأ ائتلاف لبعض الاراء في المجتمع^(٣٣).

٤- الرأي العام الساحق :- ويقصد به الرأي العام الذي يمثل الاغلبية والاكثرية الساحقة في المجتمع اي ما يكون مشابهاً للاجماع التام^(٣٤).

خامساً :- انواع الرأي العام من حيث تأثيره بوسائل الاعلام :-

١- الرأي العام القائد او المسيطر :- ويكون الرأي العام في هذا النوع يمثل صفوة المجتمع وقادة الرأي العام من الزعماء وكبار السياسيين والمفكرين ، وهؤلاء يمثلون نسبة ضئيلة من الشعب^(٣٥).

٢- الرأي العام المثقف :- ويمثل رأي الفئات المثقفة في المجتمع والتي تتفاوت بحسب درجة تعليمهم ودراساتهم ولكنه يتأثر بوسائل الاعلام حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتعون بها^(٣٦).

٣- الرأي العام المنساق :- وهذا يمثل رأي قليلي التعليم والثقافة والأميين الذين يكونون عرضة لتأثير وسائل الاعلام ويتقبلون كل مادة اعلامية تقدم عبر وسائل الاعلام دون تدبير او تمحيص وايضاً يتقبلون الشائعات ويتناقضونها بكثرة وهذا ما يجعلهم عرضة لحمالات الدعاية والإذاعات الموجهة^(٣٧).

ثانياً :- خصائص البرامج الاعلامية التي تؤثر في الرأي العام :-

هنالك مجموعة من الخصائص للبرامج الاعلامية التي تؤثر في الرأي العام ، يمكن اجمالها في النقاط التالية^(٣٨) :-



- ١- بالامكان جعل الرأي العام الساكن الى رأي عام صريح وظاهر في حال كان هنالك اهتمام اعلامي كبير بالقضايا والمواضيع وطرحه بدرجة تزيد من اهتمام الافراد به.
- ٢- تقدم وسائل الاعلام الكثير من المعلومات والحقائق والبيانات التي تسهم في زيادة معرفة الافراد بمجريات الامور .
- ٣- عدم الاقتصار على دراسة جانب واحد من الرأي العام لكي يتم التوصل الى معلومات وفيرة وكبيرة عن الرأي العام وقوته ومدى انتشاره واستمراره وشدته ونطاقه وعمق كثافته والذي يتبلور بدوره الى تحديد المزيج الاتصالي والإعلامي المعرفي التي تتناسب معها.
- ٤- ان الدراسة الفعلية للرأي العام فضلاً عن الجهود الاعلامية والاتصالية القائمة تؤدي الى زيادة اهتمام الافراد بالقضايا والمواضيع والمشاكل المثارة من قبل وسائل الاعلام يساعد على تحقيق الاهتمام المستمر للرأي العام وتكوينه وبلورته.

اما الدكتورة حميدة سميسم فقد بينت ان للرأي العام خصائص هي (٣٩):-

- ١- ان الرأي العام كظاهرة غالباً ما ينبع من خصائص المجتمع السياسي بشكل واضح وتعكس طبيعة المجتمع ذاته .
- ٢- ان ظاهرة الرأي العام وان كانت تتصف بكونها ظاهرة سياسية ولكنها ايضاً تتسم بأنها ظاهرة حضارية اذ تعكس المناخ الحضاري الوطني للمجتمع الذي تنتمي اليه .

الفصل الثالث

اهمية وسائل الاعلام وكيفية تأثيرها على الرأي العام

المبحث الاول:- اهمية وسائل الاعلام اتجاه الرأي العام

ان لكل مجتمع من المجتمعات في العالم تركيبته الخاصة به والتي تنعكس دائماً على اعلامه وتؤثر فيه، ان المجتمع العراقي باختلاف طوائفه ومذاهبه وأحزاب له تركيبته وخصائصه التي يعكسها الاعلام الذي يؤدي غالباً الى بلورة وتشكيل عوائق اجتماعية لممارسة حرية الاعلام والصحافة في البلد (٤٠). وان المبدأ القائم يقضي بالضرورة حصول الشعب على المعلومات الخاصة



بالحكومة والإطلاع عليها وتكوين آراء ازاءها خاصة تلك المعلومات المتعلقة بالقرارات السياسية وصناعتها والانتخابات والتعبير عن الرأي، اذ كفل الدستور للصحافة والإعلام حق نشر المعلومات التي تستطيع الحصول عليها من الحكومة وتقديمها عبر وسائلها الى الجمهور^(٤١). لذا تحرص معظم الدساتير العالمية على ابراز حرية الاعلام والصحافة تقديراً لأهميتها وتحديدتها لحرية مستقلة اذ تعد حرية وسائل الاعلام احدى تطبيقات حرية الرأي العام^(٤٢).

كما تضم الرسالة الاعلامية البرامج والخطات الاخبارية والتصريحات السياسية والتي لها تأثير كبير في تشكيل الرأي العام اتجاه القضايا والمواضيع التي تخص الحكومة والحاكمين ونجد عمق العلاقة بين الاعلام والرأي العام اتجاه القضايا السياسية حيق تقوم وسائل الاعلام بنقل رسائل صناع القرار الى الجمهور ليتشكل الرأي العام الذي غالباً ما يكون على شريحتين اما مؤيدة او معارضة^(٤٣).

ويقدم علماء الاعلام والاتصال اربع مراحل لتكوين الرأي العام ، حيث ويرى علماء الاعلام والاتصال ان لوسائل الاعلام ادواراً مهمة في بلورة وتشكيل الرأي العام ويقدم علماء الاعلام اربع مراحل لتكوين الرأي العام بهذا الخصوص هي^(٤٤):-

- ١- مرحلة البزوغ :- وهنا تظهر القضية لأول مرة .
 - ٢- مرحلة تعريف الصراع وتشخيصه .
 - ٣- مرحلة التعريف العام بالصراع للأفراد.
 - ٤- مرحلة وصول القضية الى دائرة صنع القرار .
- ان حرية التعبير عن الرأي العام تكمن في حرية التعبير عن الافكار والآراء والمعتقدات بشتى طرق وسائل الاتصال المكتوبة والمسموعة والمرئية او بطرق تعبير اخرى كأن تكون بالرسم او التصوير او الاعمال الفنية بدون رقابة او فرض لقيود حكومية^(٤٥).



من الامثلة المهمة للأحداث التي اثارت الرأي العام اقليمي والعربي والعالمي وتحديدًا في ٢٨ نيسان ٢٠٠٤ عندما نشرت محطة CBS الامريكية صوراً التقطت في سجن ابو غريب اواخر عام ٢٠٠٣ تكشف ممارسات غير انسانية بحق الاسرى العراقيين^(٤٦).

المبحث الثاني: - تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام

يعد الاعلام الموجه الرئيسي لأفكار وعقول الناس وتغيير اتجاهاتهم وصنع قراراتهم الفكرية والسياسية والاجتماعية التي تشكل الرأي العام في المحصلة فهم محاطون من كل الجهات بالوسائل الاعلامية بدءاً بالمكتوبة والمسموعة والمرئية والمواقع الالكترونية المختلفة والتي اصبحت متاحة للجميع بفضل التقدم التكنولوجي الهائل، كما ان للرأي العام الدور الاكبر في تشكيل سياسات القادة والحكام والمسؤولين في الدول الديمقراطية فهناك الكثير من القرارات والمخططات التي يتراجع عنها القادة والحكام بسبب رفض الناس لها وخروجهم في الشوارع^(٤٧)، وهنا نجد ان للإعلام دور كبير وبارز في تغطية مثل تلك الاحداث ومن امثلتها المظاهرات والاحتجاجات الشعبية في بغداد ومختلف المحافظات المطالبة بالتغيير والإصلاح والمسماة بثورة تشرين الاول التي ابتدأت في الاول من تشرين الاول عام ٢٠١٩.

اولاً:- العلاقة السياسية التي يمكن ان تؤثر عليها وسائل الاعلام في الرأي العام:-

ويمكن تحديد هذه العلاقة بالنقاط التالية^(٤٨):-

١- العلاقة بين الفرد والنظام السياسي :-

ان الافراد في المجتمع يتأثرون بشكل كبير وملحوظ بالرسائل الاتصالية التي تردهم عبر وسائل الاعلام المختلفة اذ تقوم الرسائل الاعلامية بتعريف الافراد بالنظام السياسي وصلته بهذا النظام، كما ان بناء المادة الاعلامية وطريقة طرحها على الجمهور والوسيلة المختارة لها دور كبير في عملية التعريف التي قد تكون على فترات طويلة من الزمن او يحدث على نحو اسرع كتغطية موضوعات خاصة توجه الفئات الى قضية معينة (كموضوع الهجرة مثلاً).

٢- العلاقة بين النظام السياسي وبين المؤسسات المكونة له :-



هناك بعض المؤسسات تحظى بأهمية من قبل وسائل الاعلام دون غيرها فمثلا مؤسسة الحكومة البريطانية تحظى بتأييد شديد من قبل وسائل الاتصال والاعلام ، اما الهيئة البرلمانية فأما تقوم ببث أعمالها ومحاضر جلساتها عبر الوسائل الإعلامية اما الاحزاب السياسية فدورها يكون معرضاً دائماً للتعديل .

٣- العلاقة بين الافراد والمؤسسات السياسية:- ومن امثلتها علاقة الرئيس الامريكي ومجلس الشيوخ والذي يمثل القوة النسبية للأحزاب السياسية المختلفة في البلاد.

٤- العراقة بين الافراد والمؤسسات ذاتها :- وهذه العلاقة تحدث اذا كان هنالك حالة تأييد حزب معين او انجذاب بعض الافراد بالنسبة لقادة الاحزاب او الرأي .

٥- العلاقة بين فرد وآخر :- وتحدث هذه العلاقة بين رجال السياسة وصناع القرار السياسي والذين يكون دورهم فعال ومسيطر عبر الادوار السياسية لهم مثل المناظرات والمناقشات السياسية التي تبثها وسائل الاعلام على الملأ.

ثانيا:- كيفية تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام :-

ان للإعلام دور كبير من حيث تأثيره في الرأي العام ويقدر حجم المعلومات ودقتها ووضوحها وسلامة وقوة بناء المادة الاعلامية فيها والموضوعية التي تطرحها عبر وسائل الاعلام يكون له التأثير الكبير ذات الصدى المباشر على الرأي العام وتشكيله ويمكن تلخيص تأثير الاعلام على الرأي العام بالاتي^(٤٩) :-

١- بعث الاستقرار : ان الاعلاميين غالباً يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات التي تسود المجتمع ، لذلك فإن ثمة نتائجهم تكون مرآة تعكس تأثيرهم بتلك الاخبار .

٢- تغيير الرأي :- ان للإعلام قدرة كبيرة في تغيير آراء واتجاهات الافراد وبشكل معاكس او المحافظة عليها من خلال نوع الاخبار التي تعرضها وسائل الاعلام وكيفية عرضها والتعليق عليها.



- ٣- تحديد الاولويات :- ويقصد بها ابراز موضوعات معينة او تجاهل لموضوعات اخرى وقد يكون هناك تضخيم ومبالغة لقضايا معينة وتحويلها او قمعها.
- ٤- تحديد الخيارات المطروحة :- ان وسائل الاعلام والاتصال غالبا هي ما تختار ما تراه مناسباً للأفراد والجمهور وتطرح من خلاله فكرتها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها السياسية للأحداث .
- ٥- ابراز ناس وإعلاء شأنهم وتحقيق الشهرة لهم فضلاً عن اختيارها (اي وسائل الاعلام) للوقائع والأحداث وإعطائها الاهمية الكبيرة من خلال التغطية الاخبارية عبر مراسليها ومندوبيها.

ثالثاً :- مراحل تكوين الرأي العام :-

تعد ظاهرة الرأي العام من الظواهر المعقدة والصعبة في تفسيرها وتحليلها وذلك بسبب تداخل عوامل ومؤثرات साيكولوجية وسياسية وثقافية واجتماعية ويمكن اجمال مراحل تكوين الرأي العام بالنقاط التالية^(٥٠):-

١- مرحلة الاحساس والإدراك :- وتعني المنبهات والمؤثرات الخارجية التي يتعرض اليها الافراد ، عن طريق الحواس وهنا يقوم الفرد بوضع رموز ومعاني لتلك القضايا فضلاً عن عمليات الحذف والتحريف والإضافة لكل المؤثرات التي اوجد لها معاني استناداً الى خبراته المعرفية والمرجعية وطريقة فهمه للحياة.

٢- مرحلة الرأي الفردي :- ويقصد به التعابير اللفظية التي تصدر من الافراد كأشارة الى اتجاهاتهم النفسية حول قضية معينة واتخاذهم لموقف معين قد يكون مؤيداً او معارضاً بحسب التصرفات الذاتية والصور الذهنية في النفوس التي تتباين من فرد الى آخر في المجتمع .

٣- مرحلة صراح الفرد مع آراء الجماعة :- في هذه المرحلة تكون هنالك طرح للآراء قد يصل الى درجة الصراع بين رأي الفرد وآراء الافراد الاخرين في نطاق الجماعة الواحدة خلال الحوارات والمناقشات التي تعرضها وسائل الاعلام في برامج حوارية تقدم للجمهور ويتم خلالها



عرض للآراء المختلفة ازاء قضية معينة ويجاوب كل طرق الدفاع عن رأيه اتجاه تلك القضية بكل ما يتوفر لديه من معلومات .

٤- مرحلة تحويل آراء الافراد الى آراء الجماعة :- ويقصد بها تقريب وجهات النظر المختلفة والمتباينة لدى الافراد من خلال الحوار والمناقشة وتبادل الآراء والأفكار حيث يتم التركيز على وجهة نظر معينة حول رأي معين يكون غالبية الجمهور يتجه اليه وبالتالي يصبح هذا الرأي هو الرأي العام دون الآراء الاخرى .

خامساً : توظيف الاعلام للرأي العام :-

يصنف خبراء الاعلام والاتصال بإمكانية توظيف الاعلام للرأي العام بالنقاط التالية^(٥١):-

١- يقدم الاعلام الاخبار الحديثة والمتواصلة لتقوية وتعزيز وتكوين الرأي العام وبالتالي يعبر عن العلاقة بمجموعة من ظواهر الحياة الاجتماعية .

٢- ان من وظائف الاعلام تحليل وتفسير الاحداث والمواقف الداخلية والخارجية والدولية اي يعمل على تنظيم الرأي العام من خلال المامه بالقضايا للحكم عليها .

٣- ان للإعلام وظيفة مهمة هي تغيير الآراء والاتجاهات خاصة تلك الآراء التي تتكون تحت تأثير اخبار وحقائق مشوهة لأهداف دعائية مقصودة وموجهة ، لذا كان على الاعلام القيام بالبحث والاستقصاء لغرض تقديم المعلومات الكاملة والشاملة من اجل تكوين رأياً عاماً موضوعياً وصائباً وبسرعة اكبر .

المبحث الثالث:- الاشاعة والرأي العام

اولاً:- مفهوم الاشاعة:-

سبق وأوضحنا أهمية وسائل الاتصال والإعلام بالنسبة لتكوين الرأي العام . الان هنالك بعض المفاهيم التي يكون لها تأثير في تشكيل الرأي العام وأهمها الاشاعة .

وتعد الاشاعة من عمليات وتطبيقات الحرب النفسية التي تلجأ اليها بعض الجهات لترويج افكارهم ومعتقداتهم وتوجهاتهم النفوذية والسلطوية للإيقاع بالشعوب للوصول الى اهدافهم



التوسعية والفوز بالسلطة من خلال التأثير في معنويات الشعب او هدمها او توجيه الرأي العام وفق اتجاهاتهم الدعائية^(٥٢).

وتعرف الاشاعة بأنها ترويج خبر مختلق لا اساس له من الواقع او التهويل والتشويه والمبالغة خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة او تفسير وتحليل خبر حقيقي والتعليق عليه بأسلوب مغاير للحقيقة والواقع ، بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي والإقليمي او العالمي لتحقيق اهداف سياسية او اقتصادية او عسكرية على نطاق الدولة او عدة دول^(٥٣).

فالاشاعة عبارة عن خبر او معلومة غير مؤكدة تنتقل من شخص الى آخر ، وهي لا تطرح فكرة جديدة او نظرية مفيدة وإنما تتناول اخبار ومعلومات عن موضوع او شخص او موقف او قضية ما وأيضا الاشاعة هي رواية غير موثوق من صحتها يتم تناقلها بين الافراد او رواية خبر مختلق من اساسه او مبالغة او تحريف في خبر يحتوي جزءاً قليلاً من الحقيقة ، ولكي تكون للاشاعة تأثير في الرأي العام يجب ان تتوفر فيها شرطين اساسيين ، الاول ان يكون موضوع الاشاعة ذات اهمية بالنسبة للمحدث والمستمع والثاني ان تتسم الوقائع الحقيقية للخبر بشيء من الغموض الذي يكون ناتج عن انعدام الاخبار او تضاربها او عدم الثقة بها . والاشاعة هي ليست وليدة الظروف الحالية بل هي قديمة صاحبة الانسان منذ قيام المجتمعات وكانت ذات تأثير على الرأي العام^(٥٤).

مثلاً الشائعة التي ادت الى هب وسلب شركة سيزرو بوري التي عملت في مصر وحقت ارباحا كبيرة بعد ان اتهموها بعلاقتها التجارية مع اسرائيل مما ادى الى انسحاب الشركة من السوق المصرية^(٥٥).

ثانياً : - انواع الاشاعة : -

تعدد انواع الاشاعة الا انها تبقى وليدة التناقض والغموض والدوافع الشخصية للمروجين لها والتي غالبا مايحيطها الاكاذيب المعلومات المشبوهة التي تحولها الى اقاويل متضاربة تتداولها الألسن ومن هذه الانواع هي^(٥٦):-



١- الاشاعات الزاحفة (البطيئة) : - ويقصد بها تلك الاشاعات التي يتناقلها الناس همساً وبطريقة سرية ويكون انتشارها بشكل بطيء حتى تصل الى الجميع ويعرفها وتحتوي على القصص والأخبار والمعلومات التي توجه ضد رجال الحكم والسلطة والمسؤولين بهدف التشويه لسمعتهم ومكانتهم لدى الناس.

٢- الاشاعات العنيفة :- ويكثر هذا النوع من الاشاعات في وقت الازمات والكوارث والهزائم او الانتصارات في اوقات الحروب وتصف بالعنف وسرعة الانتشار وتغطية جماعات كبيرة جداً من الافراد.

٣- الاشاعات الغامضة :- هي الاشاعات التي تنتشر بين الافراد ثم تختفي ثم تعود وتظهر مرة اخرى خاصة عندما تنهياً لمروجي هذا النوع من الاشاعة ظروف ومواقف تشابه مع الظروف والمواقف التي نشأت منها اول مرة .

ثالثاً: - تأثير الاشاعة في الرأي العام:-

تلعب الاشاعة دوراً كبيراً في التأثير وتكوين الرأي العام وتغييره كونها تؤثر على الافكار بصورة مباشرة وغير مباشرة وقد دلت الكثير من الدراسات والبحوث في مجال الاشاعة على ان الافراد في المجتمع دائماً مهياون لاستقبال الاشاعة وتصديقها كون من الصعب عليهم اثبات كذبها وعدم مصداقيتها كما تقوم الاشاعة بتضليل الرأي العام اذا لم يكن بدرجة كافية من الوضوح والصدق وهذا ما تراه في عمليات التضليل الاعلامي الذي يمارسه الاعلام الموجه والدعائي اتجاه الافراد^(٥٧). مثلاً الشائعة التي تناقلت عبر مواقع الانترنت عن شخص يقتل الفتيات ليلاً بمدينة نصر وتم تداولها عبر الصحف والمجلات والقنوات المحلية ثم تبين انها من نسج خيال شاب مريض نفسياً^(٥٨).

واياً كان نوع الاشاعة او هدفها او مصالح المروجين لها فإن لها جمهوراً بل لكل نوع من انواعها جهودها المهتم بها فمثلاً الاشاعات المالية تنتشر بصورة سريعة بين الافراد الذين يمتلكون ثروات تتأثر بارتفاع او انخفاض الاسعار في الاسواق والبورصة ، اما اشاعات الضرائب والتخطيط



والتطوير العمراني فتنتشر بين المهتمين بهذه المواضيع من قبل الجمهور ، وأخبار العطل تنتشر بين طلاب المدارس خاصة اخبار الاضرابات او الحوادث او المناسبات التي تمنح ازاءها الدول عطل رسمية ، ويكون هناك جمهور اشاعة عندما تتوفر مصالح مشتركة بينهم^(٥٩).

لعل المقال الذي قام بكتابته ونشره ريتش لوري في مجلة نشونال ريفو **national review** بتاريخ ٢٠٠٣/٣/٣ دعا فيه الى ضرب مكة بقنبلة نووية ادى الى ردود فعل غاضبة من قبل العرب والمسلمين المقيمين في امريكا مما ادى الى تدمير العلاقات بين امريكا والعرب المسلمين^(٦٠).

مما تقدم يتضح ان الاشاعة تؤثر في الرأي العام لذلك كان لا بد من خلق آلية للتصدي ومحاربة الاشاعة بهدف تقليص تأثيرها على الرأي العام بالرغم انها ليست بالمهمة السهلة ولكن هناك بعض السبل التي تساعد في مواجهتها ومحاربتها سواءاً على الصعيد الفردي او الجماعي منها^(٦١):-

- ١- يجب التأكد من مصادر الحصول على المعلومات وصحة الاخبار بمعنى عدم تصديق اي خبر الا اذا كان يثبت عبر القنوات الاعلامية الرسمية.
- ٢- محاولة معرفة مصدر الاشاعة والتأكد من صحة المعلومات والتثبت من مصداقيتها .
- ٣- يجب عدم الحكم على قول المتحدث الا بعد الفحص والتأكد من المعلومات.
- ٤- الاهتمام بالفرد واجتمع برفع مستواهم العلمي والثقافي والمعرفي حتى لا يكونوا هدفاً سهل المنال من مروجي الاشاعات.
- ٥- ينبغي التحلي بالتفكير النقدي والمنطقي عند سماع الاخبار وعدم تصديق اي خبر الا بعد تفسيره وتحليله.
- ٦- يجب ان تتعاون وسائل الاعلام وتنكاتف من اجل عرض الحقائق والمعلومات للمواقف والأحداث في وقتها وإشاعة الثقة بين المواطنين وتنمية الوعي العام لتكون لديهم حصانة ضد الشائعات.



٧- اسناد الامور والقيادة لأهل العلم والخبرة والحكمة والدين فضلاً عن خلق ثقة متبادلة بين الشعب والقادة والرؤساء.

الخاتمة:

خلاصة القول ان الرأي العام ظاهرة اجتماعية موجودة وقائمة في كل العصور والأزمنة وان لوسائل الاعلام تأثير كبيراً على الرأي العام العالمي بشكل كبير اذ تتزايد هذا التأثير مع التدفق الهائل بحجم المعلومات الواردة عبر وسائل الاعلام مما يولد تغيرات في مجال صناعة القرارات السياسية لدى القادة السياسيين في المجتمع.

الاستنتاجات :-

١- يلعب الاعلام ووسائله الاتصالية والجماهيرية دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام فهو يعد الوسيلة الاقوى للتأثير في قناعة الانسان وقبوله او رفضه للأفكار المطروحة في تكوين الرأي العام.

٢- على وسائل الاعلام اخذ جانب الجدية والموضوعية عند التعاطي مع الاحداث السياسية من اجل تكوين رأي عام صريح وواضح ازاء القضايا والمواقف السياسية الهامة في المجتمع .

٣- يقوم الاعلام بتغيير الاتجاهات والآراء والقناعات ازاء القضايا المطروحة في المجتمع مما يكون لها تأثير كبير في عملية اتخاذ القرار بالنسبة لصناع القرار السياسي.

٤- اهمية توضيح المعلومات ذات المفاهيم المعقدة وإيصالها الى الافراد بلغة سهلة واضحة ذات بناء موضوعي وإعلامي سليم خشيية التزييف والتحريف وخلق اخبار كاذبة تحمل طابع الاشاعة لتأمين تشكيل بلورة آراء عامة صريحة واضحة ازاء القضايا المتعلقة بالأمور المهمة في المجتمع.

٥- ان فرص تأثير وسائل الاعلام في الاتجاهات وتشكيل الرأي العام كبيرة جداً فكلما تقدم الاعلام في اسلوب صياغة الرسالة الاتصالية كلما كان تأثيره اكبر وأوسع في الرأي العام وكلما زادت الثقافة والتنشئة والتنمية السياسية كان تفاعل الجمهور اكبر وأوسع.



- ٦- هناك علاقة متبادلة بين الرأي العام والإعلام ، فالإعلام يقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق والأخبار الصادقة للمواقف والقضايا والمسائل الهامة والعامة في المجتمع بهدف معاونتهم على تكوين الرأي العام السليم ازاء تلك المسائل.
- ٧- ان وسائل الاعلام بأنواعها المختلفة تعتبر من اهم الادوات المؤثرة في صناعة القرار مما ادى الى استخدامها من قبل الحكام والحكوميين للتأثير في اتخاذ القرار السياسي ، فكانت لوسائل الاعلام اهميتها من قبل متخذي القرار خاصة في مجال السياسة .
- ٨- ان متخذي القرار يضعون نصب اعينهم الرأي العام وأهميته وأهمية وسائل الاعلام في التأثير عليه. من خلال محاولاتهم في السيطرة على اصحاب الرأي او استمالتهم من اجل عدم اثاره هذا الرأي عليهم.

التوصيات :-

- ١- التأكيد على حق وسائل الاعلام في تغطية الاخبار المتعلقة بالدولة والحكومة خاصة جلسات مجلس النواب والحاكمات التي تقوم بها السلطة القضائية ازاء القضايا المتعلقة بالمجتمع.
- ٢- التوجيه بإنشاء مراكز لاستطلاعات الرأي العام يعمل فيها خبراء من علماء الاتصال والسياسة ينفذون برامج استطلاعات الرأي العام للشعب في حالة اعلان مسألة او قضية هامة من شأنها المساعدة في عملية اتخاذ وصنع القرار بالنسبة للحكومة .
- ٣- تأمين ضمانات قانونية لحماية الاعلاميين وإعطائهم حرية الرأي والتعبير التي كفلها الدستور العراقي وعدم منعهم او تقييدهم من تغطية الاخبار والمسائل ذات العلاقة بالشأن العام.
- ٤- تعزيز وتنقيف الرأي العام العراقي والمجتمع قانونياً وسياسياً من اجل خلق وعي ثقافي يكون معبراً عن اهم خصائص وسمات المرحلة التي يعيشها البد.
- ٥- محاربة الاشاعة من خلال تكاتف وتعاون وسائل الاعلام في عرض الحقائق والأخبار في وقتها وإشاعة الثقة بين المواطنين والقادة والرؤساء وتنمية الوعي العام وتحصينه من الشائعات.



الهوامش

١. د. محمد سلمان الختو ، مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها ، دار اسامة للنشر ، عمان ، ٢٠١٢ ، ص ٤١.
٢. جاك موريكان ، الكتابة الصحفية ، دار البحار للطباعة والنشر ، ط ١ ، بيروت ، ٢٠١١ ، ص ١٥٧-١٥٨.
٣. د. عبد الخالق محمد علي ، الصحافة التلفزيونية ، دار الحجة البيضاء ، لبنان ، ٢٠١٠ ، ص ٢٧.
٤. د. محمد سلمان الختو ، مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها ، مصدر سابق ، ص ٣٥.
٥. أ.سؤدد فؤاد الآلوسي ، العنف ووسائل الاعلام ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١١ ، ص ٤٤-٤٥.
٦. عبد اللطيف حمزة ، الاعلام له تاريخه ومذاهبه ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص ٢٧-٣٣.
٧. أ. سؤدد فؤاد الآلوسي ، العنف ووسائل الاعلام ، مصدر سابق ، ص ٣٧.
٨. د.حسين محمد مصلح ، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، المؤتمر العلمي السنوي الذي تقيمه كلية القانون/ جامعة طنطا، ابريل ٢٠١٩ ص ٢٢.
٩. خالد ناظم عودة الابراهيمى ومنتهى جواد كاظم ، الرأي العام وضماناته الدستورية ، مجلة جامعة ذي قار ، المجلد ٩ ، العدد ٣ ، ايلول ٢٠١٤ ، ص ١.
١٠. د. فتحي عبد النبي الوحيدى ، ضمانات نقاد القواعد الدستورية ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ ، ص ٢٧٧.
١١. د. كريم يوسف احمد كشاكش، الحريات العامة والانظمة السياسية المعاصرة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٧٧، ص ٥٠٣.
١٢. احمد بدر ، الرأي العام (طبيعة تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة) ، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٢ ، ص ١٥.
١٣. كرم شبلي ، معجم المصطلحات الاعلامية ، بيروت ، دار الشروق ، ١٩٨٩ ، ص ٤٨.
١٤. ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال الجماهيري ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ١٩٣.
١٥. مختار النهامي ، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٤ ، ص ١٤.
١٦. د. حميدة تميم ، نظرية الرأي العام ، دار الشؤون الثقافية ، ١٩٩٢ ، ص ٢٤٠.
١٧. سعيد امين ابراهيم سراج ، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص ٦٤.
١٨. د.حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٢١.
19. Justin Lewis , constructing public opinion, new York , Columbia university press , 1958, p 8.
٢٠. د.حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٤١.
٢١. صلاح غانم الحسني، الاعلام الجديد،محاضرات الاعلام الجديد،الجامعة العراقية، كلية الاعلام،بغداد،٢٠١٩،ص٢٥-٢٦.
٢٢. د. نظام بركات ، ود. عثمان رؤوف ، ود. محمد الحلو ، مبادئ علم السياسة ، ط ١ ، دار الكرمل للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ١٩٨٤ ، ص ٢٠٦. (الرابط 20-10-2015 <https://newmediawiki.com>)



٢٣. د. مصطفى سالم النجفي ، دور الرأي العام في حماية الحقوق والحريات العامة في العراق ، مجلة الرافدين للحقوق ، جامعة الموصل ، المجلد (١٠) ، العدد (٣٨) ، سنة ٢٠٠٨ ، ص ٢٥٥.
٢٤. د. خالد مصطفى فهمي ، حرية الرأي في ضوء الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية والتشريعات الاسلامية وجرائم الرأي والتعبير ، دار الفكر الجامعي ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٦.
٢٥. احمد بدر ، الرأي العام (طبيعته تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة ، مصدر سابق ، ص ٧٤.
٢٦. د. مصطفى سالم النجفي ، دور الرأي العام في حماية الحقوق والحريات العامة في العراق ، مصدر سابق ، ص ٢٤٩.
٢٧. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، ٣ ط ، عمان ٢٠١٣ ، ص ٧٦-٧٧.
٢٨. د. غازي اسماعيل ربايعه ، الرأي العام العلاقات العامة ، دار البشر للنشر ، عمان ، ١٩٨٧ ، ص ١٧.
٢٩. د. عبد العظيم عبد السلام عبد الحميد ، حقوق الانسان وحرياته العامة وفقاً لأحدث الوسائل العالمية والمواثيق الدولية ، دراسة مقارنة ، ط ١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ ، ص ٧٧٦.
٣٠. د. رمزي طه الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، مطبعة جامعة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ٣٢٤.
٣١. سعيد امين ابراهيم سراج ، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة ، مصدر سابق ، ص ١٤.
٣٢. د. سعد الدين خضر ، الرأي العام وقوى التحريك ، ط ١ ، الموصل ، ١٩٩٨ ، ص ٣٤.
٣٣. د. رمزي طه الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، مصدر سابق ، ص ٣٢٩.
٣٤. د. محي الدين عبد الحليم ، الاتصال الجماهيري والرأي العام، الاصول والفنون، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٣٥.
٣٥. د. رمزي طه الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، مصدر سابق ، ص ٣٢٥.
٣٦. د. محي الدين عبد الحليم ، الاتصال الجماهيري ، والرأي العام ، الاصول والفنون ، مصدر سابق ، ص ٣٨.
٣٧. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، مصدر سابق ص ٧٨-٧٩.
٣٨. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، مصدر سابق ، ص ٩٩-١٠٠.
٣٩. د. حيدة تميم ، نظرية الرأي العام ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٩٢ ، ص ١٥.
٤٠. خالد ناظم عودة الابراهيمى ومنتهى جواد كاظم ، الرأي العام وضماناته الدستورية ، مصدر سابق ، ص ٦.
٤١. محمد فوزي الخضر ، حرية التعبير بين النظرية والتطبيق (دراسة مقارنة) ، بحث منشور ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية ، رام الله ، فلسطين ، ٢٠١٢ ، ص ٤٢.
٤٢. د. عبد العظيم عبد السلام عبد الحميد ، حقوق الانسان وحرياته وفقاً لأحدث الوسائل العالمية والمواثيق الدولية، مصدر سابق، ص ٣٤٦.
٤٣. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، مصدر سابق ، ص ١٢٢.
٤٤. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، مصدر سابق ، ص ١١٧-١٢٢.
٤٥. خالد ناظم عودة الاباهيمى ومنتهى جواد كاظم ، الرأي العام وضماناته الدستورية ، مصدر سابق ، ص ٦.
٤٦. الرابط bbc.com/Arabic/middleeast-44225675
٤٧. د. حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٢٦.



٤٨. د. عزام ابو الحمام ، الاعلام الثقافي ، جدليات وتحديات ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٥ ، ص ١٦٥.
٤٩. د. محمد عد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثيره بالاعلام والدعاية ، مكتبة بيروت ، بيروت ١٩٨٩ ، ص ١٤٠.
٥٠. د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، مصدر سابق ، ص ١١٧.
٥١. د. عزام ابو الحمام ، الاعلام الثقافي ، مصدر سابق ، ص ١٧٠.
٥٢. حسين الحسين ، الرأي العام - الاعلام - العلاقات العامة ، دار المنشورات الحقوقية ، ص ٥٢.
٥٣. لواء دكتور عصمت عدلي ، تقديم د. محمد علي سعد الله ، المدخل الى التشريعات الاعلامية ، دار المعرفة الجامعة ، الاسكندرية ، ط ١ ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٢٠.
٥٤. طلال محمد الناشري وآمال عمر السابيس ، دراسة عن الاشاعة وتأثيرها على المجتمع ، مجلة العلوم الاجتماعية ، الموقع الالكتروني www.swmsa.net.
٥٥. د. حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٣٨.
٥٦. حسين الحسين ، الرأي العام ، مصدر سابق ، ص ٥٢.
٥٧. خالد كاظم عودة الابراهيمى ومنتهى جواد كاظم مصدر سابق ، ص ٨.
٥٨. د. حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٤٠.
٥٩. طلال محمد الناشري وآمال عمر السابيس ، مصدر سابق ، الموقع الالكتروني www.swmsa.net.
٦٠. د. حسين محمد مصلح، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام، مصدر سابق، ص ٣٠.
٦١. خالد كاظم عودة الابراهيمى ومنتهى جواد كاظم، مصدر سابق ، ص ٨٠٧.
- المصادر
- ١- ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال الجماهيري ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٥ .
- ٢- احمد بدر ، الرأي العام (طبيعة تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة) ، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٢.
- ٣- أ.سؤدد فؤاد آلخوسي ، العنف ووسائل الاعلام ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١١ .
- ٤- جاك موريكان ، الكتابة الصحفية ، دار البحار للطباعة والنشر ، ط ١ ، بيروت ، ٢٠١١.
- ٥- حسين الحسين ، الرأي العام - الاعلام - العلاقات العامة ، دار المنشورات الحقوقية .
- ٦- د. حميدة تميم ، نظرية الرأي العام ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٩٢.
- ٧- خالد ناظم عودة الابراهيمى ومنتهى جواد كاظم، الرأي العام وضماناته الدستورية، مجلة جامعة ذي قار ، المجلد ٩، العدد ٣، ايلول ٢٠١٤.
- ٨- د. خالد مصطفى فهمي ، حرية الرأي في ضوء الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية والتشريعات الاسلامية وجرائم الرأي والتعبير ، دار الفكر الجامعي ، ٢٠٠٩.
- ٩- د. رمزي طه الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، مطبعة جامعة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٩.
- ١٠- سعيد امين ابراهيم سراج ، الرأي العام مقوماته وآثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٨.
- ١١- د. سعد الدين خضر ، الرأي العام وقوى التحريك ، ط ١، الموصل ، ١٩٩٨.



- ١٢- د. محمد سلمان الختو ، مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها ، دار اسامة للنشر ، عمان ، ٢٠١٢ .
- ١٣- د. عبد الخالق محمد علي ، الصحافة التلفزيونية ، دار الحجة البيضاء ، لبنان ، ٢٠١٠ .
- ١٤- عبد اللطيف حمزة ، الاعلام له تاريخه ومذاهبه ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- ١٥- د. فتحي عبد النبي الوحيد ، ضمانات نقاد القواعد الدستورية ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ .
- ١٦- د. كريم يوسف احمد كشاكش ، الحريات العامة والانظمة السياسية المعاصرة ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٧٧ .
- ١٧- كرم شبلي ، معجم المصطلحات الاعلامية ، بيروت ، دار الشروق ، ١٩٨٩ .
- ١٨- مختار التهامي ، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٤ .
- 19- Justin Lewis , constructing public opinion, new York , Columbia university press , 1958.
- ٢٠- د. نظام بركات ، ود. عثمان رؤوف ، ود. محمد الحلو ، مبادئ علم السياسة ، ط١ ، دار الكرم للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ١٩٨٤ .
- ٢١- د. مصطفى سالم النجفي ، دور الرأي العام في حماية الحقوق والحريات العامة في العراق ، مجلة الرافدين للحقوق ، جامعة الموصل ، المجلد (١٠) ، العدد (٣٨) ، سنة ٢٠٠٨ .
- ٢٢- د. كامل خورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، ط٣ ، عمان ٢٠١٣ .
- ٢٣- د. غازي اسماعيل ربايعه ، الرأي العام العلاقات العامة ، دار البشر للنشر ، عمان ، ١٩٨٧ .
- ٢٤- د. عبد العظيم عبد السلام عبد الحميد ، حقوق الانسان وحرياته العامة وفقاً لأحدث الوسائل العالمية والمواثيق الدولية ، دراسة مقارنة ، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .
- ٢٥- د. محي الدين عبد الحليم ، الاتصال الجماهيري والرأي العام ، الاصول والفنون ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ٢٦- محمد فوزي الخضرم ، حرية التعبير بين النظرية والتطبيق (دراسة مقارنة) ، بحث منشور ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية ، رام الله ، فلسطين ، ٢٠١٢ .
- ٢٧- د. عزام ابو الحمام ، الاعلام الثقافي ، جدليات وتحديات ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٥ .
- ٢٨- د. محمد عد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثيره بالاعلام والدعاية ، مكتبة بيروت ، بيروت ١٩٨٩ .
- ٢٩- لواء دكتور عصمت عدلي ، تقديم د. محمد علي سعد الله ، المدخل الى التشريعات الاعلامية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ط١ ، ٢٠٠٨ .
- ٣٠- طلال محمد الناشري وآمال عمر السائس ، دراسة عن الاشاعة وتأثيرها على المجتمع ، مجلة العلوم الاجتماعية ، الموقع الالكتروني www.swmsa.net .
- ٣١- د. حسين محمد مصلح ، الشائعات ومدى تأثيرها على الرأي العام ، المؤتمر العلمي السنوي الذي تقيمه كلية القانون/ جامعة طنطا ، ابريل ٢٠١٩ .
- ٣٢- صلاح غانم الحسني ، الاعلام الجديد ، محاضرات الاعلام الجديد ، الجامعة العراقية ، كلية الاعلام ، بغداد ، ٢٠١٩ .