PISSN : 2571-9904 - EISSN : 2602-7763

مراحل صناعة الرَّأي العّام وآليات تكوينه

Stages of public opinion making and its formation mechanisms

د. عينة المسعود [1]*

جامعة زيان عاشور الجلفة- الجلفة، (الجزائر)، ainamessaoud@gmail.com

تاريخ الاستلام: 27/11/ 2020 **تاريخ القبول**: 31/ 12/ 2020 **تاريخ النشر**: 25/04/ 2021

ملخص:

تناولت هذه الورقة صنع الرأي العام وكيفية تكوينه، حيث يتلخص هدفها من تبيان مراحل صنع الرأي العام والمنهجية الحقيقية في تكوينه، لأن الرَّأي العّام الراهن هو قاضيا لقضايا من واجبه توجيه أقصى درجات الدقة والتحليل والاعتماد على أساليب خبرته في مواجهة المواقف والمعضلات التي تتطلب رأياً عاماً.

كما خلص موضوع هذه الورقة إلى عدة نتائج أهمها: تتميز العلاقة بين تجميع مصالح الرأي العام والتعبير عن مصالح الرأي العام بضعف التفرقة، يشعر الرأي العام بأهمية العمل والرأي الذي يقوم به اتجاه نظامه، وكذلك عدم وجود نظام يحدد ثقافة الرأي العام، تعتمد على معايير موضوعية مميزة.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام؛ صناعة الرأي؛ آليات تكوين؛ الرأي الآخر؛ الثقافة؛ نظام ثقافة الرأي.

Abstract:

This paper deals with public opinion-making and how to form it, as its goal is to clarify the stages of public opinion-making and the real methodology in its formation, because the current public opinion is a judge of issues whose duty is to direct the utmost accuracy, analysis and reliance on the methods of its expertise in facing situations and dilemmas that require public opinion.

The topic of this paper also concluded with several conclusions, the most important of which are: The relationship between grouping the interests of public opinion and expressing the interests of public opinion is characterized by weak discrimination, the public opinion feels the importance of the work and the opinion it carries out towards its own system, as well as the absence of a system that defines the culture of public opinion based on objective criteria Characteristic**.**

Keywords: *public opinion; Opinion making; Composition mechanisms; the other opinion; the culture; Opinion culture system.*

* عينة المسعود

مقدمة

في غمرة الحديث المتزايد على الرأي والرأي الآخر، أصبح الرَّأي العّام في عصرنا الحالي موضوعاً هاماً من موضوعات علم السّياسة بصفة عامة، وعلم السِّياسات الإعلامية بصفة خاصة، فالرأي العّام هو رأي جماهير الشّعب التي تكون ركناً أساسياً من أركان الدولة، وقد يكون عالمياً، وقد يكون إقليمياً، وقد يكون محلياً، كما قد يكون داخل إقليم محلي بالدولة الواحدة رأياً عاماً.

إن المتتبع للوقت الراهن الذي يعيشها العالم، يدك أن ثمة قوة عظمى واحدة تتحكم وتأثر في الأنظمة السياسية والحكومية للدول، وبهذا فقد أصبح الرَّأي العّام يلعب دوراً أساسياً في تحديد طبيعة النّظام وفي تشكيل الأفكار المتنوعة والمتباينة، وفي توجيه السِّياسات والقرارات الحكوميّة للبلاد، فلقد تزايدت القوى التي تهيمن على الجماعة، ولم تعد هذه القوى تقتصر على تلك القوى التي أقامها الدستور وأعطاها حق ممارسة السّلطة، فوراء الحكام والرؤساء الذين تبوؤا الحكم، وفقاً للأوضاع الدستورية والتشريعيّة توجد قوى هامة، لها أثرها الفعال في تسيير أمور وشؤون الدولة مهما كان نظامها.

ومن ثم فقد تبلورت لنا إشكالية البحث بهذا الموضوع، وصغنا تساؤل جاء كالتالي: ما هي أبرز مراحل صنع وآليات تكوين الرَّأي العّام؟.

وعلى هذا الأساس نقدّم **فرضيّة** جاءت شاملة للموضوع هي: هناك خطوات فعَّال في صناعة الرَّأي العّام ومساهمة في تكوينه، وأن تراجع ضعف هذه الخطوات يضعف آليات تكوينه وتشكيله في أي نظام مهما كان نمط حكم الدولة" .

إن تحليل هذا الموضوع يقودنا إلى استعمال المنهج الوصفي، إذ سأصف ظاهرة الرَّأي العّام ضمن تنظير ينقلها من أنشطة وعمليات إلى إطار مرحلي نظري، ثم ألجأ إلى تحليل الرَّأي العّام من خلال آليات والإجراءات والحيثيات النظرية، ولعل استعمال الصراحة مع أنفسنا والشفافية في أعمالنا يجعلنا نتقدم نحو ومراحل وآليات علاج لتكوين رَّأي عّام رشيد، تكون حثيثة خصوصاً إذا دعمت ذلك إرادة سياسية من جهة وغاية اجتماعية من جهة أخرى.

سنلجأ في مقالنا هذا إلى تقسيم موضوعنا إلى عنصرين، الأول يتناول مراحل عملية صنع الرَّأي العّام، في حين الثاني اشرنا فيه: الآليات والعوامل المؤثرة في منهجية تكوين الرَّأي العّام، ثم نختتم المقال بخاتمة بها أهم النتائج التي توصلنا إليها.

أولا: مراحل صناعة الرأي العام:

إن الرَّأي أو حكم الرأي لا يصدره الرَّأي العّام، إلا إذا كان سبباً بأسباب مقبولة، حيث إذا كانت عملية اتخاذ القرار الموحد، هو الرَّأي الموحد، فهو محور وظائف الرَّأي العّام التي يمارسها يومياً وفقاً للمواقف، لذلك نعتبر الرَّأي العّام قاضيا لقضيته وحاكماً لمعضلته، من واجبه توجيه أقصى درجات الدقة والتحليل والاعتماد على الأساليب العلميّة وعلى خبرته السابقة في مواجهة المواقف والمعضلات التي تتطلب رأياً عاماً، لأن الرَّأي الخاطئ قد يترتب عليه مجموعة من النّتائج السلبية على أهداف ومستقبل الجماعات والفئات، لذا فإن المشكلة الأساسيّة ليست باتخاذ رأي معين لمواجهة موقف معين، إنما جوهر المشكلة هو الانعكاس السلبي للرَّأي الخاطئ والذي قد تكون التكلفة العامّة لآثاره أكبر بكثير من بقاء الموقف على حاله، وهذا ما يحدث في غالب الأمر (Doob, 1969, P 19).

وعلى ما تقدم وللوصول إلى الرَّأي الصحيح في المواقف المختلفة، تنطوي عملية اتخاذ الآراء على مجموعة من الخطوات تشكل مخرجات كل خطوة مدخلات الخطوة التّالية، وصولاً إلى المخرج النهائي أي الرَّأي الرشيد، ويمكن حصر خطوات ومراحل اتخاذ الرَّأي العام في النقاط التّالية:

1.1 بوادر ظهور وتحديد نطاق قضية الرأي:

إن تحديد المشكلة -القضية، موضوع- يعتبر من أهم خطوات أو مراحل عملية اتخاذ الرَّأي، لأن الخطأ في التحديد المشكلة سيؤثر دون أدنى شك على سلامة مخرجات كل الخطوات التّالية، وبالتالي سيكون الرَّأي في هذه الحالة غير ملائماً للمشكلة الحقيقية (كحيل، 1987، صفحة 66).

إن المدخل الرئيسي لهذه الخطوة هو البحث عن المشكلة الأساسيّة، وليست التركيز على ظواهرها، وإن البحث عن المشكلة يبدأ بالبحث عن مجموعة الأسباب، وتحديد أبعادها الحقيقية التي أدت إلى إحداث التغيرات عن المسار المتفق عليه وسببت المشكلة الحقيقية.

وحالما يتمّ تصنيف المشكلة يصبح من السهل نسبيا على أفراد المجتمع تشخيصها، وتعريفها، ما الّذي يحدث؟، ما الّذي له علاقة بما يحدث؟، ما هو مفتاح الموقف؟، إن مثل هذه الأسئلة التي يطرحها المواطنين تجعلهم يدركون بأن هذه الخطوة لا تكمن في التعريف الخاطئ للمشكلة، بل في التعريف الّذي يلقى استحسانا، أي تصنيف ذلك في مجالات الحياة المختلفة الاجتماعيّة، السّياسيّة، الاقتصاديّة، وغيرها، من الكثير من القضايا المرشحة لجلب الاهتمام، مما تحتل وسائل الإعلام المرتبة الأولى بتركيز الانتباه على القضية أو المشكلة الجديرة بذلك (مهنا، 2007، صفحة 161).

2.1 إدراك غاية المشكلة:

ويرتكز ذلك على مدى أهمية القضية للمجتمع، وعلى كيفية تقديمها للناس من خلال وسائل الإعلام، ويبرز في هذه المرحلة أيضا قادة الرَّأي الذين يقومون بشرح القضية ومناقشتها من خلال المنابر المختلفة ووسائل الإعلام (كحيل، 1987، صفحة 98)، وهذا يعني أن إدراك المشكلة عملية معقدة، وهي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية، التي تتبع من خبرات الرَّأي العّام السابقة، وفي حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم، والاتجاهات، والمعايير المختلفة التي اكتسبها الرَّأي العّام من البيئة الثقافية والاجتماعيّة، لأن عملية الإدراك تتوقف على طبيعة اتجاهات الرَّأي العّام وقيمه وثقافاته في البيئة المجتمعية.

3.1 حوارات ومشاورات موضوع الرأي:

وهنا تظهر التساؤلات حول مدى خطورة وعواقب المشكلة أو القضية، حيث في هذه المرحلة تبدأ بمحاولة التعرف عليها، ووضع الأمل في إيجاد حل في صورة فعلية، ويتبع هذا مناقشة أكثر تفصيلا وكلها تظل في مرحلة تفسيرية وأولية، ويجرى فحص السمات المختلفة للمشكلة، مثل مدى خطورتها وانعكاساتها المحتملة الوقوع على السمات الأخرى للحياة الاجتماعيّة، ويتطلب كذلك في إثارة المناقشات الجادة والفاعلة للمشكلة موضوع البحث، وهذه المناقشات تقوم على الفهم والدرس والموضوعية وعدم إتباع الأهواء، وتحقيق ذلك بإطار التفاعل الاجتماعي الحر، إذ تظهر وجهات النّظر المختلفة، والنقد البناء وتتبلور الآراء والوجهات المختلفة، ويتم اتفاق جوهري والتقاء وجهات النّظر، كل هذا في إطار المصالح المشتركة للجماعة وقيمها من أجل الوصول إلى أحد الحلول المطروحة لحل المعضلة، وهذا لن يتأتّى إلا إذا كانت المشكلة تخضع فيما يلي:

- أن يكون اتجاه الجماعة منسقا مع القيم والأفكار العامّة للناس.
- أن تكون هذه القضية (أو المشكلة) هامة تمس مصالح الجمهور.
- أن تكون جميع الحقائق مثارة ومطروحة للرَّأي العّام.
- أن تتوافر مناقشات حرة وواقية لهذه القضية.

4.1 ضبط المقترحات وتصنيف البدائل لحل موضوع الرأي:

تعتبر هذه الخطوة من أصعب وأدق خطوات عملية اتخاذ الرَّأي، لأنها تعتمد على تفكير متخذ الرَّأي الّذي لا يكون مدركا لكافة البدائل والحلول المرتبطة بالحل الخاص بالمشكلة، فالتفكير العادي لا يساعد على خلق البدائل، إنما تتطلب هذه الخطوة تفكيراً ابتكارياً يساعد على توفير مجموعة من البدائل الابتكارية لعلاج المشكلة (عادل، 1984، صفحة 71).

لأن واقع الأمر يعتبر أن كل بديل في هذه الخطورة هو البديل الأوفر حظاً لاختياره كبديل أفضل، حيث تعتمد هذه العمليّة على خلق المناقشات والآراء المعارضة كوسيلة فعالة للوصول إلى البديل الصائب، فالقاعدة الأساسيّة هو أن الرَّأي العّام لا يمكنه اتخاذ رأياً ماَ، ما لم تكن هناك معارضة لخلق نوع من التوازن بين كافة الأطراف الاجتماعيّة المعنيّة باتخاذ الآراء اتجاه قضية ما .

5.1 احتدام الصراع في الآراء المقترحة في الرأي:

وقد تتبلور آراء متباينة حول القضية تؤدي إلى اتجاهين أو أكثر حول القضية لدرجة الصراع، وتلعب الإشاعات والتهكمات في هذه المرحلة دوراً هاماً، لأن فيها تدور المناقشة، والحوار، والجدل الّذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور ما، ممن لديهم اهتمام بالموضوع وكل منهم يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوافر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دورا حيويا في ذلك عن طريق عرضها للآراء المتباينة الجادة.

6.1 اختيار الرَّأي العام الأمثل والصالح:

إن مرحلة الموازنة بين نقاط القوة والضعف لكل بديل، لا تنطوي فقط على احتمالات النجاح فحسب، بل تنطوي أيضاً على احتمالات الفشل، لذا لابد من عملية اختيار للرَّأي الصارم، لأن متخذ الرَّأي في هذه المرحلة لابد وأن يأخذ في اعتباره كافة الاحتمالات المحيطة ببديل الرَّأي، وأن يوازن بينها حتى يصل في النهاية إلى التفكير إلى قناعة موضوعية ذاتية ومنطقية مفادها؛ بأن ما توصل إليه هو الأنسب للموقف وللمؤسسة (الأسود، 1993، صفحة 114)، بالإضافة إلى ذلك هناك بعض المعايير يمكن للجماعة أن تسترشد بها في اتخاذ رأي الاختيار، وهي ما يلي:

- **أن يكون الرَّأي مقبولاً:** بمعنى قبوله من قبل كافة الأطراف المعنيّة بالمجتمع سواء المنفذين للرَّأي أو المتأثرين به، لأن هذا القبول سيشكل إحدى أقوى نقاط القوة التي ستؤخذ في الاعتبار في الخطوة التّالية لعملية اتخاذ الآراء، وعلى عكس ذلك فمقاومته واردة إذا لم يكن مقبولاً، لذا على الفرد أن يشرك الآخرين في عملية اختيار البديل لضمان استقرار الأوضاع (الجبور، 2009، صفحة 121).
- **درجة المخاطرة:** في الخطوة التي يتمّ فيها اختيار البديل، على المجتمع أن لا يأخذ في اعتباره احتمالات النجاح فقط، فالعملية تستند على الموازنة بين المخاطر المحتملة، والمنافع المتوقعة من الرَّأي المتفق عليه نحو قضية ما، أو مشكلة ما.
- **أن لا يتعارض الرَّأي مع تحقيق الأهداف:** ينبغي أن يكون الحل المعتمد قادراً على تحقيق أهداف المجتمع وأهداف أفراده.

7.1 ترجمة الرَّأي العام وتنفيذه:

وتعني الحكم على كفاءة وفاعلية الرَّأي نفسه، ولضمان ترجمة الرَّأي إلى سلوك الجماعة لابد من التخطيط لكيفية التنفيذ، والاستفادة من المعلومات المرتدة للمراحل المختلفة لتنفيذ الرَّأي، والتأكد من مساره الصحيح والمتفق عليه (سميسم، 2005، صفحة 77).

ثانيا: الآليات المؤثرة في منهجية تكوين الرأي العام:

يتشكل الرَّأي العّام اعتماداً على التفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية أخلاقية، أو موضوعاً جدلياً تتعارض فيه الآراء، فالرأي العّام هو عملية التفاعل التي تحدث بين أفراد مجتمع ما، حول إحدى القضاياَ المطروحة، بحيث يتكون رأي الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين جميع المواقف.

ويتفق باحثوا الاتصال والرأي العّام على أن الرَّأي العّام هو: الحكم الّذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات أهمية بالنسبة لها بعد مناقشات وافية حول القضية المطروحة، وبالتالي تتجلى عدّة عوامل تؤثر في الرَّأي العّام وتساعد على تعبئته وخلقه، وتتأثر به أيضاً، ويلخص الباحثون هذه العوامل كمؤثرات حقيقية على عملية تكوين وصنع الرَّأي العّام في النقاط التي نستعرضها الآن:

1.2 معادن المجتمع وفئاته:

وهو الّذي يتكون من المجتمع بفئاته، وطبقاته، ومستوياته المتباينة، حيث لا يتكون الرَّأي العّام ولا ينتشر إلا بوجود جمهور، وبالتالي فالجماعة مقوم هام من المقومات الرئيسية للرَّأي العّام، بخصائصها وصفاتها، ونوعها، وتاريخها، وعاداتها، وقيمها، وتقاليدها، وتراثها، وأهدافها، ومصالحها، والجو السيكولوجي السائد فيها، ونوع القيادة والأوضاع العامّة فيها، وطبيعة أفرادها، واتجاهاتهم، وجنسهم، ودينهم، وميولهم، واهتماماتهم، ويؤدي الانتماء الاجتماعي للأفراد لعائلة، أو عشيرة، أو بلد، أو منظمة أو جمعية، أو كيان ما يكتسب من خلاله بعض القيم، والعادات، ويرى ما يكتسب من خلالها، حيث يرى (جيمس برايس) أن مدى نجاح الحكومات المنتخبة بإرادة الشّعب وتميزها بأداء بأعمالها، لا يرجع دائما إلى الحكمة التي تتصف بها تلك الحكومات، وإنما يعود إلى ما تتمتع به من قوة، وتكمن تلك القوة عادة في سياستها، التي تبنيها على أساس موافقة شعوبها عليها فتؤيدها الغالبية العامّة إما صراحة، أو ضمناً في أعمالها، وإجراءاتها المختلفة (مجاهد، 2004، صفحة 34)،.

2.2 التنشئة الاجتماعيّة:

هي عملية تعلم وتعليم وتربية، قوامها التفاعل الاجتماعي، تهدف إلى إكساب المرء طفلا فمراهقا فراشدا فشيخا سلوكا ومعايير واتجاهات ملائمة لأدوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة جماعته وموافقتها، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعيّة، وهذا وفق مؤسّسات متعددة، فالأسرة هي الجماعة الأولى التي تسهم في تنشئة الأفراد كما للمؤسّسات الاجتماعيّة كالنوادي الرياضية، والدينية والإعلامية إسهاماتها المؤثرة في تنشئة أبناء المجتمع وأعضائه، وصياغة أنماط سلوكهم الجماعي في حال مواجهتهم للقضايا، أو المشاكل التي تقتضي اتخاذ رأي معين، حيث تفضي تلك التفاعلات إلى بلورة وتشكيل الرَّأي العّام (خطاب، 2004، صفحة 41).

3.2 العادات والتقاليد:

إن احترام العادات والتقاليد يعود إلى التاريخ العريق للشعوب، حيث تتعلّق بها وغالبا ما تكون عصبة على التغيير الشعوب بشرها وخيرها على أساس أنّها حقائق وبديهيات لا تقبل الجدل، أو إبداء الرَّأي، ويعتبر التراث الحضاري الثقافي كل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرَّأي العّام وكثيرا ما يستلهم الفرد تكوين رأيه من القيم، والعادات والتقاليد (عسيلة، 2006، صفحة 55).

4.2 **القيم والأعراف المحلية:**

وللقيم أهميتها في حياة المجتمعات والأفراد، فهي التي تحدد معالم الإيديولوجية أو الفلسفة العامّة للمجتمع، فالقيم السائدة في المجتمع الرأسمالي تختلف عن القيم السائدة في المجتمع الاشتراكي، والقيم السائدة في المجتمع الديني تختلف عن القيم السائدة في المجتمع العلماني، لأن القيم انعكاس للطريقة التي

يفكر بها أبناء المجتمع (سمير، 1997، صفحة 40)، وبالتالي فهي مصدر لتشكيل سلوك الفرد وتعامله الاجتماعي، فهي المعايير التي يستخدمها أفراد الجماعة في الحكم على السلوك السوي وغير السوي، كما أنّها تحدد معايير ما هو مقبول، أو مرفوض في المجتمع نفسه.

5.2 اللبنة الأولى بالمجتمع:

و هي الأسرة، حيث تسهم كإحدى المؤسّسات الاجتماعيّة المهمة في تكوين الرَّأي العّام، لأن الفرد ينشأ في كنفها، وفيها تبدأ عملية غرس العادات، والتقاليد، والقيم الدينيّة، والاجتماعيّة، والاقتصاديّة، والسّياسيّة (الهيتي، 2012، صفحة 204)، من خلال عملية الاتصال المباشر، إذ أن التأثيرات المكتسبة في المراحل الأولى من العمر تكون ذات تأثير قوي وشبه دائم، وهذا ما يجعله يمتاز برأي شخصي فريد ومغاير لآراء الآخرين لأن الشخصية هي حصيلة البيئة الأسرية.

6.2 التعاليم الدينية:

يعد الدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل، وقد اهتم الدين الإسلامي بالرأي العّام، ونشطت الدعوة الإسلامية لكسب الرَّأي العّام نحو الإسلام في مشارق ومغارب الأرض، ويعتبر الدين عنصراً أساسياً في تكوين الرَّأي العّام، ويشكل مصدراً من مصادره، ويساهم الدين بتعاليمه وتقاليده وما يتضمنه من قيم، وأوامر، ونواهي فضلاً عن الجوانب الروحية والوجدانية التي يشبعها للفرد في إثبات الرَّأي داخل الجماعة، أو النفر أو تغييره، لذلك من الصعوبة إقناع الإنسان الّذي يتمسك بمعتقداته الدينيّة الراسخة، على قبول فكرة، أو دعوة تتعارض مع معتقداته الدينيّة (الأعرجي، 1982، صفحة 187).

7.2 الانتماء والشعور الوطني:

وهو الشعور الّذي يرتبط بالرأي العّام الوطني، أي على مستوى الوطن كله دون التخصيص على قضية محلية، أو نوعية ما، كأن يؤثر الشعور الوطني في تشكيل الرَّأي العّام تجاه القضايا ذات الصبغة الوطنية، ففي حال تعارض المواقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرَّأي العّام بسرعة نحو الأهداف، والمصالح الوطنية، لأن الشعور بالحس الوطني يؤثر ويتأثر بالقضايا الوطنية والتي تؤثر بمجملها على اتجاهات الرَّأي العّام ككل (أبو عامود، 2010، صفحة 80).

8.2 الإرث الثقافي العلمي:

فهو تلك التوجيهات والاتجاهات الغالبية العظمى من أفراد المجتمع صوب النّظام الاجتماعي في كيانه وجزيئاته، وكذا رؤية الفرد لدورة في النّظام الاجتماعي، حيث تحتوي الثقافة على الأفكار والاتجاهات العامّة المقبولة والمتوقعة، التي يتعلمها الفرد من اتصاله بالواقع الاجتماعي، ليكون أكثر فاعلية في محيطه الاجتماعي، لذلك فإنها تلعب دورا مهما في إعادة وبلورة أفكاره، ومواقفه واتجاهاته إزاء القضايا والمشاكل في المجتمع، وتسهم في تكوين الرَّأي العّام كذلك، حيث أن كل جيل جديد لا يبدأ من فراغ، ولكنه يستفيد ممن حوله، وما تعلمه من الماضي، وما أضافه أفراد المجتمع إلى هذا الكل الثقافي، إن الثقافة نتاج الإنسانية ويمكن دراستها، لأنها الهيكل الخاص وأشكال السلوك التي لها صفة الاستمرار.

9.2 الميول والمشاعر:

والتي يحس بها الفرد نحو موضوع أو قضية ما، وهي استجابات داخلية واضحة لها أثر بتكوين الرَّأي العّام، وتلعب المشاعر دورا بالغ الأهمية في بلورة الرَّأي العّام وذلك حسب الظروف السائدة، فاللاشعور يؤثر في توجيه أفكارنا وآرائنا، بصدد عمل، أو حادثة، أو فكرة، وذلك تبعا لخبراتنا السابقة، وما مر بنا من انفعالات وصدمات وميولات.

10.2 القيمة المعرفية:

وهي حصيلة الفرد أو الجماعة من المعارف والخبرات المتنوعة الموروثة والمكتسبة (الأعرجي، 1982، صفحة 187).

11.2 المؤسّسات التعليمية:

إن مؤسّسات التعليم تعد من وسائل نقل المعرفة، والتراث، والخبرة، وتكوين المواطن الصالح، وبالتالي تساهم في ترسيخ مبادئ تؤثر تأثيرا كبيرا في تكوين الرَّأي العّام، وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي، أو من حيث اتجاهه وقوته، حيث تؤثر في سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم، ومن المؤكد أن تأتي المدرسة بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسّسات المؤثرة على أفكار التلاميذ والطلاب ويعتبر التعليم المدخل الطبيعي لنجاح أي تغيير في الميادين السّياسيّة، والاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والإدارية.

12.2 الشائعات والأقاويل:

هي الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها، حيث تهدف إلى تزييف الحقائق وتتحرك بالكلمة المنطوقة بين الأفراد، متعمدة بث الشقاق وتوسيع شقة الخلاف بين الخصم وحلفائه في الداخل والخارج وإجباره على تغيير خططه وبرامجه، رغم أنّها قد لا تحمل دليلاً على صحتها وتتغير تفاصيلها من فرد لآخر، وعند انتقالها تتعرض أثناء حركتها إلى عملية تحوير، وهذا التحوير أو ما يسمى بالتطعيم يستفيد منه مروجوا الإشاعات (الإبياري، 1985، صفحة 92)، لأن عملية التحوير تخدم الهدف الّذي من أجله تم إطلاق الإشاعة السوداء وهي تحمل طابع التشاؤم وتكون سريعة الانتشار والهدف منها إرباك الخصم، أما الإشاعات البيضاء، فهي تدعوا إلى التفاؤل وتثبيت الثقة في النفوس وتقوية العزائم والإرادات.

13.2 الإعلام الإخباري:

فهو تلك العمليات التي يترتب عليها نشر معلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة واحترام عقول الجماهير وتكوين الرَّأي العّام عن طريق تنويره (فرج، 2001، صفحة 73).

14.2 وسائل الاتصال الجماهيري:

وهي التي تتم بها عملية الاتصال الجماهيري المتميزة بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة، إلى الجمهور عريض متباين اتجاهات والتوجهات والمستويات، مع قدرتها على نقل الأخبار، والمعلومات والترفيه، والآراء، والقيم، والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور، وهذه الوسائل هي: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، الكتاب، التسجيلات المسموعة والمرئية، الانترنيت، يقول في هذا الصدد (ويلبر شرام) أحد أهم رواد الاتصال الجماهيري (الإبياري، 1985، صفحة 97): (أنّها تتشكل من منظمات كبيرة الحجم تستخدم واحداً أو أكثر من الوسائط التكنولوجية للاتصال بأعداد كبيرة من الناس).

15.2 الأحداث الجارية:

إن مجمل الأحداث والتغيرات وظروف البيئة وطبيعة سلوك الناس في المجتمع، والتحديات، والحاجات والمشكلات كلها ذات تأثير في الرَّأي العّام، لذا فإن الناس وأوضاعهم الاجتماعيّة، والثقافية، والاقتصاديّة، والسّياسيّة، والإدارية عامل تغيير في الرَّأي العّام إذ أن تلك العناصر تؤثر في الرَّأي العّام ويؤثر الرَّأي العّام فيها، وفي حياة المجتمع عامة (قويسي، 2003، صفحة 59)، حيث أن الأحداث تشكل تنبيهات معقدة للأفراد وتؤدي في النهاية إلى ردود أفعاله تظهر في الرَّأي العّام.

16.2 الاتصال المواجهي:

والتي تتمثل باللقاءات، والمؤتمرات، والمحاضرات، والزيارات، والمعارض، والاحتفالات المحترمة والمناسبات وغيرها، من أنماط الاتصال المواجهي المباشر، لكن في العالم المتخلف لا يجب أن نؤمن به لأننا وبكل صراحة أصبح الرَّأي العّام لا يبالي بتلك الجلسات العلميّة التي تساعده على كسب المعلومات والقدرة على التمييز وبث الوعي بل على تكوين رأيه الرشيد (Davison, 1958, P 49).

17.2 النسق السّياسي العام:

لا يتواجد النّظام السّياسي في فراغ، وإنما في بيئة يتأثر بها ويؤثر فيها، وبرغم تناوله كنظام مستقل، إلا أنه يتفاعل مع النظم المجتمعية الأخرى، الاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والطبيعية، والثقافية، وهو يتفاعل أيضاً مع البيئة الخارجية، والإقليمية، والعالمية، حيث أصبح الرَّأي العّام يؤدي دوراً أساسياً في تحديد طبيعة النسق وفي تشكيل الأفكار السّياسيّة، وذلك نتيجة انتشار الديمقراطيّة وازدياد قوة وفعالية وسائل الإعلام وانتشار التعليم والثقافة (ايرفنغ كرسبي، 1998، صفحة 333)، مما أدى إلى ظهور الرَّأي العّام كعامل فعال في اتجاهات الفكر السّياسي، وفي اتخاذ القرارات السّياسيّة، وتعددت مجالات الرَّأي العّام وتشعبت اتجاهاته، وذلك في النظم السّياسيّة المعاصرة سواء على المستوى المحلي، والإقليمي، أو العالمي، إن الرَّأي العّام وسيلة من وسائل ممارسة السّلطة السّياسيّة، وكل حكومة بمعنى أو بآخر هي حكومة رأي.

18.2 الجماعات الضاغطة:

قد تضغط من أجل الحصول على مكاسب مادية لأعضائها، وقد تعارض سياسة أو قرارا ما إذا رأت فيه ما يضر بمصالح أعضائها، وقد تعبر عن رأي قطاع من الرَّأي العّام حيال القضايا العامّة، وقد تقوم بعمل دعاية لسياسات معينة، وفي المقابل هناك قادة بارزون للرَّأي العّام يعملون على التأثير في تبلور الرَّأي العّام بأشكاله المختلفة لخدمة أجنداتهم السّياسيّة، وذلك كون قوة الرَّأي العّام بمثابة سلطة قائمة بالفعل (مدكور، 2006، صفحة 105)، إن هؤلاء القادة بمستطاعهم تنوير الجمهور، أو تضليله، أو تحذيره، أو إلهائه عن قضاياه المصيرية، ولكن لا يمكن تجاهل رأي هذا الجمهور طويلاً.

19.2 الأحزاب السّياسيّة:

وبتطور المؤسّسات الديمقراطيّة وآلياتها أصبحت الأحزاب السّياسيّة من بين المنظمات الرئيسية لتنمية الرَّأي العّام والتعبير عنه في القضايا الرئيسية، ومن ثم لا ديمقراطية من دون أحزاب سياسيّة، ولا حرية سياسيّة من دون أحزاب، لأن الأحزاب ذات أهمية بالغة، حيث أن تعدد الأحزاب يجسد وينظم الأفكار والاتجاهات ويؤكد حرية الفكر والرأي وينشط الحياة السّياسيّة داخل الدولة التي تقوم فيها الأحزاب، لا ينفصل عن دور ومهم تقوم به في صنع وتكوين الرَّأي العّام وتوجيهه، وذلك من خلال نشر الوعي الثقافي والثقافة السليمة بين الجماهير ضمن إطار عملية التنشئة السّياسيّة التي تمارس الأحزاب السّياسيّة في مختلف الدول لتأثيراتها على تشكيل اتجاهات الأفراد وجذبهم لمساندتها وتأييدها، فالأحزاب السّياسيّة تمثل مدارس فكرية مختلفة، تطرح أفكارها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة من صحف ومجلات، وإذاعات، وقنوات فضائية، أو مواقع إلكترونية على الانترنيت، للتأثير في تشكيل اتجاهات الرَّأي العّام (الترابي، 2009، صفحة 41).

20.2 ريادة الرَّأي:

تتمثل في التشخيص القادر على التأثير في الآخرين بصورة غير رسمية في اتجاهاتهم وفي سلوكهم الظاهر بطريقة متكررة، وقد حددا خصائص قادة الرَّأي في أنهم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام، ولهم مكانة اجتماعية أعلى لأنهم أكثر اطلاعاً على العالم الخارجي، كما أن مشاركتهم الاجتماعيّة أكثر من أتباعهم، فهم الخبراء والعلماء والباحثين وصفوة المثقفين والمفكرين والصحفيين وبعض الزملاء، والأصدقاء، والجيران، ويلعب قادة

الرَّأي دوراً مهماً في تشكيل الرَّأي العّام وتوجيهه والتأثير فيه إزاء قضايا ومسائل وموضوعات مختلفة متصلة بمجال تأثيرهم.

21.2 القادة والزعماء:

يترتب على القائد أن يتصف بالقدرة على الإقناع وكسب الثقة والتجارب مع الآمال، والمخاوف، والنبوغ والتوجيه، وتحديد الأهداف وتجسيمها أو رسم الخطط لبلوغها، وهكذا تؤدي الزعامة دوراً أساسيا في بلورة الرَّأي العّام، وهذا الأخير هو الّذي يخلق الزعماء السياسيين، فهو يمنحهم الثقة والقبول ويتيح لهم التحدث بصورة الجماهير، والقيادة قد تتميز عن النخبة السّياسيّة باعتبارها ظاهرة فردية أكثر منها جماعية.

لكن هذه الظاهرة الفردية لا تخلو من طابع جماعي، فالواقع المحيط بالقائد يضغط عليه ويضطره إلى ترجمة تفضيلات، ومطالب الشّعب، والجماهير، وحسن التعبير عنها، لأن الرَّأي العّام هو الّذي يوفر الفرص المواتية لتطور شخصية الزعيم السّياسي ويمنحها هالة من الجاذبية والحضور عند الجماهير، ويوفر لها المكان والشهرة والمنزلة العالية، كما أنه يكشف القيادات الزائفة والأنانية ويقوم بإسقاطها ووضعها موضعا مهينا، وخصوصاً عندما يثبت إخفاقها أو تآمرها لإبعاد صوت الجماهير عن الحياة السّياسيّة والانفراد بالسّلطة لصالح فئة محدودة أو إهدار مصالح المجتمع صالح قوى الاستغلال الأجنبية (القليني، 2001، صفحة 111)، والقائد الناجح هو الّذي يتميز بالقدرة على استكشاف اتجاهات الرَّأي العّام والتعبير عن هذه الاتجاهات وتصبح خطابات ومظاهر سلوكه معبرة عن مطالب الجماهير واهتماماته، وقد يتجاوز دور القائد السّياسي هذا الإطار ليصبح أكثر إيجابية، فهو رمز لإمالة شعبه ومؤيديه، وهو يستمد قوته من ثقة الناس به ومن فهمه لإدراكهم، ونفسياتهم، ولقيمهم، وعاداتهمن وتطلعاتهم.

خاتمة:

وفي خاتمة هذا المقال اتضح لنا جلياً أن الرَّأي العّام يرعى المثل الإنسانية، والقيم الاجتماعيّة، والمبادئ الأخلاقية السائدة في مجتمع معين، يقوم بدور الرقيب على مجمل السِّياسات والسلوكيات القانونيّة والإجراءات التي تمارس من قبل السّلطة الحكوميّة والنظامية، ويسهم في تثقيف الأفراد من خلال إثارة الموضوعات والمعضلات، وكذلك ينبغي أن نستصحب في قراءتنا للواقع –ورؤيتنا للمستقبل- حقيقة مهمة وهي أن مناخ كل تقسيمات الرَّأي العّام ليست بالشيء الثابت والمتفق عليه بين علماء الإعلام والسياسة بصفة نهائية، وإنما تختلف باختلاف الأشخاص والمجتمعات والأزمنة، فهي مختلفة من مكان لأخر بحسب الزمان والمكان والمفكرين.

إلى جانب ما سبق ذكره؛ فإن الرَّأي العّام في الدول المتخلفة والتي يطلق عليها تسمية (الدول النامية) يعتبر أرضاً خصبة يجب العناية بها، ويجب على قادة هذه الدول، يسارعوا في عملية التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة، حتى يمكن أن يلحقوا بركب الحضارة، وأن يعقدون العزم على السير في سبيل الرَّأي العّام المتقدم.

وبالطبع، فإن أشكال الرَّأي العام الخاطئ يترتب عليه مجموعة من النّتائج السلبية على أهداف ومستقبل الجماعات، لذا فإن المعضلة الجوهرية ليست باتخاذ رأي معين لمواجهة موقف معين، وإنما جوهر المعضلة هو الانعكاس السلبي للرَّأي الخاطئ والذي قد تكون التكلفة العامّة لآثاره أكبر بكثير من بقاء الموقف على حاله، خاصة إذا تعلق الأمر بالنسق السّياسي العّام للدولة.

إنّ تنمية وصناعة الرَّأي العّام تستند على مرتكز هام، وهو اعتبار هذه التّنمية محوراً استراتيجياً في رؤية الرَّأي العّام من جهة، وبيئته من جهة أخرى، وآليّة من آليات التّحسين المستمرّ للأداء والتّطوير المتنامي للممارسات والسياسات، مما يحقق الرضا المطلوب، إذ أنّ الإنسان هو محورها الأساسيّ وجوهرها.

قائمة المصادر والمراجع:

1. عسيلة صبحي. (2006). الرَّأي العّام. القاهرة : المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية.
2. فرج كمال. (2001). بحوث الإعلام والرأي العّام تصميمها إجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات.
3. خطاب سمير . (2004). التنشئة السياسيّة والقيم. القاهرة: إيتراك للطباعة والنشر.
4. قويسي حامد عبد الماجد. (2003). دراسات في الرَّأي العّام مقاربة سياسيّة. مصر: مكتبة الشروق الدّوليّة.
5. مجاهد جمال. (2004). الرَّأي العّام وقياسه الأسس النّظريّة والمنهجية. الأزاريطة: دار المعرفة الجامعيّة.
6. مدكور صلاح. (2006). الرَّأي العّام المدخلات المؤشرات المحصلات. مصر: دار النهضة العربيّة.
7. القليني فاطمة. (2001). علم الاجتماع الإعلامي. القاهرة: دار القاهرة.
8. سميسم حميدة. (2005). نظريّة الرَّأي العّام: مدخل. بغداد: دار الشؤون الثقافية.
9. أبو عامود محمد سعد. (2010). الرَّأي العّام والتحول الديمقراطيّ. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
10. الهيتي هيثم هادي. (2012). الرَّأي العّام بين التحليل والتأثير. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
11. عبد الوهاب كحيل.(1987). الرَّأي العّام والسياسات الإعلامية. القاهرة، مكتبة المدينة.
12. محمد نصر مهنا. (2007). مدخل إلى الإعلام العربي في عالم متغير. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
13. عادل حسن. (1984). العلاقات العامّة. بيروت: دار النهضة العربية.
14. صادق الأسود. (1993). الرَّأي العّام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسيّة. بغداد: دار الحرية للطباعة والنشر.
15. محمد الجبور سناء. (2009). الإعلام والرأي العّام العربي والعالمي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
16. سمير محمد حسين. (1997). الرَّأي العّام. القاهرة: عالم الكتب.
17. الأعرجي زهير. (1982). الرَّأي العّام الإسلامي ومحتوى التحريك. بيروت: دار التعارف للمطبوعات.
18. فتحي الإبياري. (1985). الإعلام والرأي العّام. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعيّة.
19. ايرفنغ كرسبي. (1998). الرَّأي العّام استطلاعات الرَّأي والدّيمقراطيّة. عمان: دار سندباد.
20. محمد مضوي الترابي. (2009). معوقات ومهددات الديمقراطيّة في السودان. السودان: مركز التنوير المعرفي.