

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

Public opinion between real and electronic

د. نصيرة سالم¹

¹جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي (الجزائر).

salemnassira2020@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/05/19 تاريخ القبول: 2022/09/13 تاريخ النشر: 2022/10/08

ملخص:

شهد الرأي العام وقياسه تطورا هائلا بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية؛ حيث يكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الأنترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات يتاح بشكل فوري، وضخم أمام العديد من الأشخاص مما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتاحت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام سهلة ورخيصة، حيث تم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه، إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعة وتشكيل الرأي العام.

كلمات مفتاحية: الرأي العام، الواقعي، الإلكتروني، الأنترنت، وسائل التواصل.

Abstract:

Public opinion and its measurement have witnessed a tremendous development due to a number of variables, the most important of which is the technological revolution and the opportunities it provided for expressing opinion freely. Where only the number of means made available by the Internet is sufficient, and on the other hand, the volume of information and evidence is immediately available, and is huge for many people,

which has led to an increase in knowledge about many issues, and the public has the opportunity to produce its material and provide information that has a share From spreading and influencing through an easy and cheap media, where the monopoly of the state or the political elite in forming and influencing public opinion on various issues has been broken, and on the other hand, the number of actors in the industry and formation of public opinion has increased.

Keywords: Public opinion, real, electronic, internet, social media.

المؤلف المرسل: نصيرة سالم،

1. مقدمة:

تعتبر ظاهرة الرأي العام على اختلاف مستوياتها وتصنيفاتها من الظواهر التي تتميز بها الجماهير ويتشكل من خلالها سلوك عام يعبر عن واحد من المواقف المؤثرة والبارزة في حياة أي مجتمع من المجتمعات الإنسانية، ولا ندرس هذه الظاهرة إلا من خلال اتجاهين رئيسيين الأول يتعلق بدراسة الأفراد والجماعات المكونة لها، والثاني الامام بالعوامل المؤثرة التي تحدد إطار وأسس هذه الظاهرة، وتدخل في تكوينها وصياغتها ولعل في مقدمة هذه العوامل، وأبرزها تأثيرا ووسائل الاعلام الجماهيرية المعاصرة والتي أضفت التكنولوجيا الحديثة والمتسارعة عليها بعدا مهما يتعدى حدود التأثير المكاني والزماني والموضوعي إلى حدود أشمل وأوسع تتلخص في إعادة صياغة وبرمجة الرأي العام وتكوينه على أسس جدية بعيدا عن العوامل التقليدية المتعارف عليها تاريخيا بهذا الصدد مثل الأسرة بالتعليم والجماعات المرجعية وغيرها، وقد بقيت هذه الظاهرة واحدة من الظواهر التي دفعت بحركة التاريخ الإنساني خطوات قوية نحو الامام وشكلت إطارا تاريخيا لأحداث مهمة مفصلية شهدها التاريخ على مدى عصوره المختلفة، وإن اختلفت

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

في تأثيراتها وقوة فعاليتها من عصر إلى آخر تبعا للتطور الحضاري الإنساني الذي يطبع كل مرحلة، لذا نجد أن الاهتمام بدراسة الرأي العام وطرق تكوينه وقيادتها وتأثيرات العوامل الأساسية التي تدخل في صناعته ومنها -وسائل الاعلام -يتمشى مع التطور المعاصر للمجتمع الحديث وخصائصه الجديدة، حيث أن مجتمع المعلومات الذي يطبع واقع الحياة المعاصرة، تبدو فيه صورة الرأي العام كقوة ضاغطة ومحركة للأحداث ومعبرة عن حقوق الجماهير أو كعامل تغيير سواء كان بالسلب أو الإيجاب ضمن إطار يتيح للفرد والجماعة ممارسة مسؤولية صناعة الحاضر والمستقبل، وهذا ما أدى إلى دراسة الظواهر المرتبطة بالحاضر بإعادة تشكيل الرأي العام، وتحديد ملامحه سواء كان وطنيا أو إقليميا أو عالميا، أو في إطار التصنيفات الأخرى المعتمدة له، حيث تقوم اطراف عدة بمحاولة التحكم باتجاهات ومسارات ودفعه نحو تحقيق غايات ومصالح قد تكون ذاتية تخدم مصالح تلك الجهات القادرة على التحكم والقيادة والتأثير والتلاعب به بما يتلاءم وبرامجها وسياستها الاستراتيجية ومصالحها التكتيكية

بحيث أصبحت جدلية العلاقة بين المضمون والإدارة ذات تأثير متكامل يخلف نوع من الطاعة العمياء والانقياد السهل من قبل الجمهور، لما ينشئ عبر هذه الوسائل، مما يجعل منها قوة بديل عن الوسائل التقليدية التي تضع الرأي العام وتستطيع اختراق القيود على العقل والذاكرة البشرية لتخلق قناعة مستديمة واحتكار واسعا في مخاطبة العقل البشري.

2. مفهوم الرأي العام:

لقد تعددت التعريفات التي تقوم حول مفهوم الرأي العام، ورغم أن السياق العام لهذه التعريفات، يبدو وكأنه ينم عن اختلافات معينة بينها، إلا أنها في حقيقة الأمر تظل متجانسة ومتفقة على قواسم مشتركة تكاد تكون تامة، وما الاختلاف بينهما إلا نتيجة أن بعضها يحاول أن يقدم تعريفا شاملا جامعاً

د. نصيرة سالم

للمفهوم، بينما يكتفي البعض بتقديم العناصر التي تبدو جوهرية فقط، وفي هذا الاطار هناك من يعتبر الرأي العام بأنه تلك الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصالح مشتركة ازاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات او مسالة من المسائل العامة التي تثير انتباههم بمصالحهم المشتركة؛ في حين ينظر اليه البعض باعتباره الشعور الداخلي أو النزوع من قبل عدد من الناس إزاء قضية عامة، كما عرف بأنه تعبير حجم كبير من الأفراد عن آراءهم في موقف معين إما من تلقاء انفسهم أو بناء على دعوة توجه اليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة... بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين في عددهم واقتناعهم وثباتهم و استمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بشكل مباشر أو غير مباشر اتجاه الموضوع الذي هم بصدد.

وهناك من المفكرين من نظر الى الراي العام نظرة أكثر شمولية واعتبره: (مجموعة الآراء والاحكام السائدة في المجتمع والتي تكتسب صفة الاستمرار والتي قد تختلف في وضوحها ودلالاتها، ولكنها تصدر عن اتفاق متبادل وادراك بين غالبية الافراد ذوي العلاقة رغم اختلافهم في فهم ابعادها وادراك درجة تمثيلها لمصالحهم المشتركة. ومن خلال هذه التعاريف يمكن بلورة أهم أساليب صناعة وتكوين الراي العام(الجوشي، 2017، صفحة 30).

3. أساليب صناعة الرأي العام: هناك عدة أساليب وتكتيكات تعتمد على وسائل الاعلام في صناعة الرأي العام وتوجيهه والتلاعب به يمكن إجمالها في النقاط التالية:

1.3. استدرج الرأي العام: حيث تقوم وسائل الاعلام باستدرج الرأي العام لاتخاذ مواقف سياسية قد تكون مخالفة لما كان يعتقد سابقاً، في ظل طوفان

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

مجموعة من المفاهيم والشعارات البراقة، الديمقراطية، حقوق الانسان، العالم الحر...إلخ

2.3. اطلاق التسميات النعوت:

يبدأ هذا الأسلوب بتحديد ماهية الأنماط الجامدة أو غير المفضلة لدى الجمهور تجاه قضايا يعينها، ثم يتم الحاق لارتباطها برمز مشحون عاطفيا، ليتفاعل الجمهور مع هذه التسمية لارتباطها بهذه الأنماط المفتعلة، مثلا: ربط أسماء بعض الزعماء بيهتلر...إلخ.

3.3. التوحد مع الجمهور المستهدف:

تسعى الوسائل الإعلامية قدر الإمكان للتوحد مع قيم وأساليب الجمهور المستهدف وثقافته من خلال استخدام نفس مفردات الخطاب والتعبير والامثال الحية المحلية ومن ذلك استخدام اللهجات المحلية أو الأمثال والحكايات الشعبية.

4.3. استخدام تعبيرات معنية:

باعتبارها مفاتيح لمعاني مقصودة لدى صانع الخطاب الإعلامي، وقد تكون هذه الكلمات أو العبارات غير مهمة في حينها، إلا أنها على المدى الطويل تصبح أساسية

5.3. مالم يقال أو المسكوت عنه: بعض العبارات والمعلومات ال المسكوت عنها أو التي لا يعتبر عنها للجمهور هي الأكثر خطورة وأهمية في محاور الرسالة الأخلاقية وغالبا ما يكشف تحليل المضمون عن الأهداف والفعاليات الظاهرة والكامنة في الخطاب الإعلامي الذي يكون غالبا يتضمن إشارات ضمنية محددة داخله..

6.3. اعتماد التعبيرات و الرموز: كالصور والعبارات الخماسية والارقام والشعارات حيث عندما يموت مضمون خاص بوجي بدلالات تضمن السياق الاعتيادي للخطاب الإعلامي الموجه لأطراف معينة، نجد في هذه التغييرات والرموز اشباعا لحاجاتها(العبد، 2012، صفحة 17).

7.3. الترابط مع التجارب المحلية للجمهور:

إن صياغة الرسالة الإعلامية بالتوافق مع الاحتياجات النفسية للجمهور المستهدف ومعرفة دائرة اهتماماته يجعلها تمنح استجابات لصالح المرسل ومن ذلك تقديم أحداث معينة على أنها تنتقل مباشرة من توقع الحدث مثل مظاهرات ما يسمى (بالربيع العربي)

8.3. الاسقاط وهو نوعان:

أ- اسقاط شخصي: المقصود به توجيه النقد واطلاق الاتهام دون تحديد الأسماء صراحة، ولكن الجمهور يستطيع بسهولة فهم المقصود
ب- اسقاط موضوعي: باستخدام أوصاف مثل الدولة المعادية، حزب إقليمية، أو الأقلية العرقية...إلخ

9.3. الاشعاع أو مركز الدائرة:

قد تبدأ محاولة تغيير اتجاه الرأي العام فهم قضية ما بفكرة واحدة وبسيطة مثل: التقليل من غلاء الأسعار أو القضاء على البطالة، وتنتهي بعدة أفكار قد تصل إلى اسقاط النظام السياسي مثلا ما حدث في تونس

10.3. نقل العدوى : ونعني به انتقاد أو مواجهة كل من يؤيد أو يساند الخصم، بحيث تصبح مساندة عدوى يجب محاربتها والقضاء عليها مثلا: القضية السورية وموقف إيران..

11.3. التبرير: ويتم عن طريق إشاعة العديد من المبررات القوية، بحيث يمكن استغلال الجماهير من قبل وسائل الاعلام بدلا من إعطاءها الأسباب الحقيقية التي تقف وراء دعوة أو إجراء ما تتخذه الحكومة أو النظام السياسي لتبرير أفعالها وحشد الرأي العام حولها..

12.3. بالون الاختبار أو قياس الرأي العام: عندما تتجه النية لإصدار قرارات مصيرية أو حيوية ويكون المطلوب قياس رد فعل الرأي العام حولها تعتمد وسائل

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

الاعلام على نشر خبر صغير أو تصريح خبر غير مباشر تمهيدا لموضوع القرار المزمع إصداره، وذلك لقياس رد فعل الرأي العام حول الموضوع.

13.3. اطلاق الشائعات: الشائعات هي الأخبار الكاذبة التي تصاغ بشكل يوحي بنوع من المصدقية وتشكل مناخا ملائما في أوقات الأزمات والتوترات السياسية والاجتماعية وتحت غطاء مصادر مطلعة أو موثوقة أو تقارير سرية، تستخدم وسائل الاعلام هذه المعلومات من أجل التلاعب بالرأي العام.

14.3. أسلوب الاثارة: باستخدام قصص وأخبار تثير انتباه الجمهور أو تحاكي وجدانه وثغراته، حيث تعتمد وسائل الاعلام أسلوب الاثارة من خلال التضليل والخداع والمناورة لتصل إلى تكوين رأي عام عنيف تجاه قضية قد لا تستحق كل هذا الحشد، الا لغايات وأهداف تعمل عليها الجهة التي استثمرت وسائل الإعلام بذلك(الجباوي، 2011، صفحة 11).

15.3. تحويل الانتباه: تسعى وسائل الاعلام إلى تحويل انتباه الجمهور إلى مسائل ومواضيع أخرى قد تكون بديلا عن الموضوع الأساسي المشار حوله جدل كبير، حيث تبعد الأنظار عنه وتحولها إلى مواضيع أقل أهمية وهذا ما عمله باختراع عدو خارجي مزعوم أو تهديد متوقع لتحويل انتباه الجمهور

16.3. تكرار الملاحظة: لترسيخ المعلومات في أذهان الجمهور تلجأ وسائل الاعلام إلى أسلوب التكرار والملاحظة وليس العبرة هنا بالتدقيق الإعلامي للمعلومات بقدر التركيز والتكرار لبعض حقائقه وتوجيه انتباه الجمهور نحوها حتى تصل إلى درجة الاقتناع.

17.3. أسلوب البرامج الإيجابية: والتي تعكسه الحملات الانتخابية والمناظرات التلفزيونية بين المرشحين حيث تقزم بتقديم الوعود والآمال وروح التفاؤل بالمستقبل لخلق رأي عام مؤيد لهذا الطرف أو ذلك إلا أن هذا الأسلوب قد ينقلب

سلبا على معتنقيه عندما يفقد المرشح مصداقيته بعد فترة من الزمن وخاصة عندما يتسلم زمام الأمور ويغرق مع السلطة ومغرياتها ويفي بوعوده.

18.3. أسلوب اللغة المزدوجة والتي تتضمن:

أ- شحن المفردات اللغوية لتحريض الرأي العام وتوجيهه ذلك باستخدام مفردات معينة مثل: (مكافحة الإرهاب)

ب- الاستعارة المجازية والتي تجعل من الشيء جميلا وغير المريح جذابا والسليبي إيجابيا مثل تصوير القيادة الأمريكية بأنها قيادة محنكة متفوقة وموقفها من العالم موقف أخلاقي انساني، شرعي، شريف

ج- التخفيف البلاغي بالتقليل من الآثار السلبية لبعض المفردات مثل مفردة الحرب وتصويرها بأنها نتاج طبيعي للحياة الإنسانية أو التدخل في شؤون الدول

19.3. الضبط التلقائي للمعلومات: والذي بكفل أحداث انطباع يغير القصد الأصلي منها، وكذلك حجب بعض الحقائق

ويمكن القول في الأخير ان الرأي العام في أي بلد من البلدان له عوامل تكوينية المنبعثة من تاريخه وتقاليده وظروفه البيئية والتراث الثقافي والمناخ النفسي لذلك البلد، والوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فيه، ومن تجاربه الذاتية ، وهذه العوامل متشابكة ومتفاعلة مع بعضها البعض بحيث يؤثر احدهما على الآخر، وهي ليست عناصر نظرية، مجردة أو منعزلة ولكنها قوى فاعلة مجال نابض بالحركة والتغيير والتفاعل ولا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة، إلا أن التطور المعاصر الذي حدث في وسائل الاعلام والاتصال وما رافقت ذلك من تسارع على مستوى التقنية والمضمون داخل هذه الوسائل مما أعطى بعدا حديدا مؤثرا في صياغة ملامح الرأي العام على اختلاف مستوياته وتصنيفاته وفي ظروف العالم المعاصر أصبحت هذه القضية ذات أبعاد سياسية واجتماعية وثقافية بالغة الخطورة والأهمية لأنه من خلال التحكم بوسائل

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

الاعلام والتلاعب بموضوعاتها تجري صياغته جديدة للرأي العام في مختلف بلدان العام، والخلاف الأساسي بين هذا التوجه أو ذلك على هذا الصعيد يمكن في ثلاث مسائل أساسية وهي: (المنهج، والمضمون والهدف)، فهذه العناصر الثلاثة تشكل الاطار الجوهري لعمل ونشاط وسائل الاعلام الجماهيري على صعيد تكوين أو إعادة تكوين الرأي العام وصياغتها لذلك فهي ليست فقط تتدخل بشكل فاعل في صياغة وجهات نظر الجمهور تجاه القضايا المختلفة ولكنها تحدد أطر العلاقة بين القوي الاجتماعية والسياسية الفعالة داخليا وخارجيا وانعكاس ذلك على حالة الانفراج والتقارب أو التصعيد والتأزم في مسار هذه العلاقات، وهنا نحن أمام استثمار جديد لقوة الاعلام وقدراته ووسائله ليس استثمارا اقتصاديا مجرد بل هو استثمار فكري بأخذ منحى سلبي أو إيجابي وفقا للهدف والمنهج والمضمون (الدليمي، 2016، صفحة 18).

4. الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية: لقد أدت الابتكارات التكنولوجية إلى نشوء أشكال جديدة من وسائل الاعلام ، مترافقة مع نماذج لتوزيع المعلومات واستهلاكها واستخدامها كما تم تخطي الخطوط التقليدية الفاصلة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية مع اكتساب المواطنين إمكانية الوصول إلى منابر جديدة يعبرون من خلالها عن آرائهم وأفكارهم الخاصة، ويتجاوزون بذلك المؤسسات الإعلامية الكبرى والحكومات التي ظلت لمدى طويل صاحبة القرار النهائي فيما يتعلق بتحديد المعلومات التي يتم نشرها.

1.4 مفهوم الرأي العام الإلكتروني: Online Public Opinion

يمكن توصيف الرأي العام الإلكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الانترنت وهو الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأي في الواقع الافتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من

د. نصيرة سالم

المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة ويمكن إيجازه كما يلي:

1.1.4. الرأي العام الإلكتروني: هو الرأي المتاح بالفضاء العام عبر وسائل الاعلام الجديد المختلفة رقد يكون موجودا بمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تشارك الفيديو والوسائط المتعددة أو على ساحات المنشئات أو عبر غرف الدردشة، أو البريد الإلكتروني أو مواقع العرائض الإلكترونية لأول المساحات المتاحة لتعليقات المستخدمين والقراء، وأيضا عبر رسائل الموبايل وتطبيقاته المختلفة، ويعتبر محصلة الآراء الشخصية تجاه حدث أ أو قضية جدلية في وقت محدد وبالتالي لا يمكن اختزاله في رأي الأغلبية نظرا لأن رأي الأقلية قد يعلو صوته في المجال الإلكتروني ويكسر دوامة الصمت (رفعت، 2018، صفحة 66). ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين هما:

مستوى التعليم ومدى تواجد شبكة الاتصالات وخدمات الانترنت المتوفرة ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية، مثل مدى توفر ثقافة التعامل مع الانترنت والوسائط التكنولوجية الحديثة، ومستوى التعليم للمستخدم، أما المتغير الثاني فيرتبط بمدى قوة الشبكة الموجودة إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة وكذلك للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الاتاحة، المجانية، السرعة).

2.4. مظاهر وآليات التحول من الرأي العام الواقعي إلى الرأي العام الإلكتروني: تسبب ظهور الانترنت عامة ولاسيما الشبكات الاجتماعية في تحويل الرأي العام في الواقع الحقيقي إلى رأي عام إلكتروني عبر منصات وصفحات التعبير عن الرأي المتوفرة بالفضاء الإلكتروني، ولم تقتصر عملية التعبير عن الرأي المتوفرة بالفضاء الإلكتروني ولم تقتصر عملية التعبير عن الرأي على الأدلاء بالرأي فقط بل أيضا مشاركة الرأي والتفاعل مع الآراء الأخرى والتعبئة والضغط

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

وغيرها من العمليات وفيما يلي أهم مظاهر التحول من الرأي العامة الواقعي إلى الرأي العام الإلكتروني:

- أتاحت شبكة الانترنت والشبكات الاجتماعية الفرصة لكل جماعة أو فرد في تكوين جماعة افتراضية تقف خلف قضية ما، تعتبر عنها وتتعلق بمصالحها وتكون الانضمام لهذه الجماعة مفتوحا أمام الجميع ممن لديهم الرغبة في المشاركة.
- تجاوز المجتمع المحلي بكل تقسيماته الضيقة للخروج إلى رؤية عامة تتعلق بالاهتمام بقضية من قضايا الرأي العام الدولي، وأصبح لتلك القضايا وغيرها دور في الاستحواذ على اهتمام المواطن المحلي الذي ظهر كمواطن عالميا تهمة قضايا عالمية ويتفاعل معها من خلال المظاهرات أو الاحتجاجات أو المشاركة بالرأي والتعليق أو تكوين تحالفات وذلك عبر الفضاء الإلكتروني.
- تحول القضايا التي ينبغي أن تتم التفاعل بشأنها داخل الحياة الأسرية أو في حدود الفرد تنتقل لتصبح موضوع حوار في المجال الوسيط المجال العام وذلك بعد كسر احتكار دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية
- بروز دور الكتلة الحرجة من الشباب لقيادة التفاعلات للحادثة على الفضاء الإلكتروني ، وما تمثله من معارضة لكل ما هو قائم والرغبة في التغيير والتمرد على ما هو قائم، الأمر الذي يؤول إلى أهم رافضون للمجتمع الواقعي القائم.
- تمكن الفرد من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك للاستفادة من امكانيات الهاتف المحمول وقدرته على التصوير والاتصال بالانترنت وغيرها من الخدمات المختلفة، وإتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان.
- القدرة على القيام بشكول جديد من الحركات الاجتماعية ونوع جديد من وظائف المجتمع المدني، وذلك بالقدرة على القيام بعمل فردي تطوعي حر غير خاضع لتوجيهات من جهات معينة بل للقناعة الخاصة للفرد

• القدرة على التحول من الاحتجاج الشخصي إلى تكوين وتشكيل جماعات وتحالفات الكترونية عبر الفضاء الالكتروني تساعد على عملية تشكيل الرأي العام، وتنوير بما يدور في العالم الحقيقي.

• اتاحة الفرصة لتكوين إعلام بديل يعبر عن اتجاهات المعارضة وقادر على الربط بين فئات اجتماعية مختلفة، تتمثل في القوى الاجتماعية والثقافية والمدافعين عن حركة الرأي العام والتعبير وآراء الأقليات أو اتجاهات مناوئة للمعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع وتبني آراء وموضوعات لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام وسائل الاعلام التقليدية والتصدي لهيمنة وسائل الاعلام التقليدية وحشد الدعم والتضامن ضد سياسات النظام السياسي. ومن ثم نجحت الشبكات الاجتماعية في جذب اكتساب إليها وتناهي اهتمامهم بالقضايا المجتمعية والتعبير عن رأيهم، وفي خلق جبال مسيسا وناشطا إلكترونيا(لطفي، 2012، صفحة 118).

3.4. أركان ومرتكزات الرأي العام الالكتروني: توجد خمسة أركان أساسية لا يقوم الرأي العام الالكتروني إلا بتوافرها مجتمعة ويمكن إجمالها كما يلي:

1.3.4. المجتمع الافتراضي (المستخدمين): فالرأي العام الالكتروني لا يتكون من رأي فرد واحد فقط، بل من مجموعة كبيرة من المستخدمين الذين تأثروا بهذا الرأي واتبعوا الفكرة أو المعارضة فينتج عن ذلك في النهاية رأيا عاما، ويكون عرض الآراء عن طريق الكلام المنطوق أو الكلام المكتوب أو كليهما أو الصور أو الفيديوهات(الهماش، 2007، صفحة 46/49)

2.3.4. قضية جدلية أو موضوع معين يهتم المستخدمين: فلا بد من وجود قضية ذات طابع جدلي أو موضوع معين يهتم به المستخدمين او فئة منهم كالشباب مثلا، حيث يكون لهذه القضية الأولوية في النقاش الالكتروني نظرا لأنها تؤثر عليهم بشكل مباشر لمساسها بمصالحهم أو ظروف حياتهم أو عقيدتهم وقد

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

يكون تأثير القضية على المستخدم غير مباشر فتلامس مشاعره ووجدانه (رفعت، 2018، صفحة 111).

3.3.4. التفاعلية Interactivité والحوار بين المستخدمين

حيث أنهما السبيل الكفيل لتشكيل الرأي العام الإلكتروني، ففي غياب المناقشة الحرة والحوار، يكون من الصعوبة أن يتكون الرأي العام الإلكتروني لأنه يتشكل نتيجة تفاعل اتصال الأفراد وتلاقي أفكارهم مع بعضهم البعض أو اختلافها وقدرتهم على التعبير عن هذه الرأى بحرية، ويتدرج تحت هذا الركن مفهوم التفاعلية الإلكترونية، حيث تعتبر التفاعلية الإلكترونية أكثر الخواص التي ذكرها الباحثون كخاصية أساسية تميز الشبكات الاجتماعية ووسائل الاعلام الجديدة بصفة عامة، وهي الخاصية التي تحدد معنى الاعلام الجديد أكثر وأقوى من أي خاصية أخرى 8

4.3.4. التقنية الإلكترونية (الوسائل والوسائط):

ويقصد بها الشبكة العنكبوتية ولا سيما تطبيقات الجيل الثاني للويب كموقع التواصل الاجتماعي ومواقع التدوين المصغر والمدونات، وأيضا الهواتف الذكية وغيرها من الأدوات، حيث أنها أصبحت ملاذا آمنا نسبيا للتعبير عن الآراء بحرية وأخذ استطلاعاتهم دون خوف وأحيانا تحت غطاء وهي مجهول .

5.3.4. الزمن المحدد:

فالوقت عنصر أساسي من عناصر عملية الرأي العام الإلكتروني وخاصة بعد الظفرة الهائلة في مجال الاتصالات مما يسهل سرعة التفاعل والانتشار ويقصد بالزمن التاريخ (يوم، شهر، سنة) والوقت (ثانية، دقيقة، ساعة) ولكل زمن ظروفه الخاصة والتي تؤثر في آراء المستخدمين وتشكيلها وتغيير بتغير أو بانتهاء المسببات لها، والتي قد تكون سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية أو خليط مما سبق.

وكذلك للمراحل العمرية للمستخدم أهمية كبيرة فيعبر المراهق عن آرائه إلكترونيا وعن القضايا التي تمهه تختلف عن الطريقة التي يعبر بها كبير السن وسمات الرأي التجربة والخبرة في الحياة(البصراطين، محمد نور :، 2014، صفحة 9/8).

4.4. خصائص وسمات الرأي العام الإلكتروني: يقسم الباحثون وخصائص الرأي العام الإلكتروني إلى نوعين، خصائص عامة وذاتية، بالنسبة للخصائص العامة يقصد بها أهم السمات الوظيفية للرأي العام الإلكتروني، أما السمات الذاتية فهي السمات التي تميزه عن الرأي العام التقليدي.

• **السمات العامة للرأي العام الإلكتروني وتتلخص هذه السمات فيما يلي:** معلى وحر، نشط ومتغير، سريع التقلب، سرعة التشكل والحساسية الزائدة نحو القضايا، التنوع وتحدد الاتجاهات

• **السمات الذاتية للرأي العام الإلكتروني:** ويمكن حصرها فيما يلي: الانتشار والوصول سهولة قياس اتجاهه، التفاعل، انخفاض التكلفة، خصوصية المبحوث، اللامركزية، الاندماج والتكامل الدولي، الشفافية، أكثر تحررا من الرأي العام الواقعي فنظرا لعدم خضوع آرائهم بحرية تفوق حدود الحريات المتاحة للرأي العام الواقعي وقد يكون الرأي العام الإلكتروني تجاه قضايا عقائدية وأخلاقية(بلخيري، 2014، صفحة 10).

5.4. وظائف الرأي العام الإلكتروني:

للرأي العام الإلكتروني عدة وظائف يسهم في تحقيقها وهي:

• **المعارضة الإلكترونية Online Opposition:** يسهم الرأي العام الإلكتروني في إبراز الصوات المعارضة والمتحررة للمستخدمين كي يعبرون عن آرائهم بحرية سواء بالنقد أو التأييد أو الرفض أو التزام الحياد، ومن ثم الرأي العام الإلكتروني

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

وظيفة تمكينية للمستخدم للتعبير عن رأيه بحرية ولا سيما شريحة المعارضة والتي تجد من الشبكات الاجتماعية والمدونات مجالا خصبا للمعارضة والنقد.

• وظيفة حارس البوابة:

ساهمت عملية الانصهار بين منتج المحتوى والمستخدم وتبادل الأدوار بينهما في أن واحد في أن يكون للرأي العام الإلكتروني وظيفة حارس البوابة فمستخدمو الشبكات الاجتماعية هم من يحددون أجندة القضايا التي تهمهم، على مضامين الاعلام التقليدي إلى مفهوم آخر أصبح المستخدم هو المتمكن الأول في المضمون وهو له السيطرة على ما يشاء وقت ما يشاء، كما سقطت عمليات التعميم والتظليل الإعلامي الذي كانت تمارسه بعض وسائل الاعلام التقليدي، ومن ثم أصبح الرأي العام الإلكتروني متحرر من التأثيرات التقليدية للدعاية المظلمة أو السلطات والانظمة الحاكمة.

• وظيفة تأثيرية على الاعلام التقليدي:

يؤدي الرأي العام الإلكتروني وظيفة التأثير على أجندة وسائل الاعلام التقليدي، حيث تطفو قضايا مختلفة في الساحات الافتراضية ويثار حولها الجدل الافتراضي، ومن ثم تتبنى أجندة وسائل الاعلام التقليدي بعض هذه القضايا وتتأثر بالجدل الافتراضي، كما نجد أن النخب السياسية الناشطة الكترونيا قد أصبح لها تواجد على ساحات الاعلام التقليدي.

• **الوظيفة الرقابية:** تعتبر الرقابة الشعبية الافتراضية التي يمارسها الرأي العام الإلكتروني نوع من التحكم والتوجيه الذي يقوم به المستخدم نحو أمر أو موضوع أو سلوك استنادا للضوابط والمعايير الافتراضية المتفق عليها سلفا في الفضاء الافتراضي، بغية التخلص من الأخطاء التي تهدر الجهد والموارد المالية في طريق الوصول إلى تحقيق الأهداف الموضوعية وهي نوع من الرقابة يمارسها المستخدمون الناشطون على إجراءات العملية السياسية أي كان نوعها

د. نصيرة سالم

(انتخابات، قضايا سياسية، احتجاج) من خلال ما يقدمونه من شكاوى وبلاغات أو حتى آراء نقدية أو تصحيحية

• مناصرة ودعم القضايا: تستخدم الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام الإلكتروني، وتكوين جهات مناصرة للقضايا المنارة، فلا فائدة من أي حراك مجتمعي ما لم يكن فاعلا بطريقة تحقق له التواصل المنسجم والتعاون بين أعضاء الحراك.

وبالتالي يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية تتيح خاصية التواصل بين أعضاء الحراك وتكوين مجال افتراضي مؤيد للقضية نظرا لما تحظى به هذه الشبكات من مزايا منها:

• أصبحت مألوفة ويستخدمها الكثير من الأفراد، فعلى سبيل المثال هناك أكثر من مليار شخص حول العالم يستخدمون شبكة (فيس بوك) وهؤلاء كلهم يمكن الوصول إليهم عبر منصة واحدة وهم يتواصلون مع بعضهم البعض.

• إن عملية انشاء المجموعات والصفحات الداعمة لقضية ما لا تحتاج إلى أموال

• لا يرتبط الأمر فقط بالتعليقات الوسائط (الصورة والفيديو والمقاطع الصوتية) ومن هنا أصبح شن الحملات الداعمة لقضية ما أو المستهدفة لحشد الرأي العام الإلكتروني نحو قضية ما سهلا وفي متناول الجميع(اللبان، 2014، صفحة 116).

6.4. مظاهر التعبير عن الرأي العام الإلكتروني: قد يخشى المستخدمون من التعبير عن آرائهم في الفضاء الافتراضي كنتيجة للقمع أو الخوف من القضية الأمنية، أو الخوف من الاضطهاد الإلكتروني، في حالة عرض الرأي المخالف للرأي العام الإلكتروني السائد ورغم ذلك توجد العديد من الدوافع للتعبير عن الرأي العام الإلكتروني

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

- تحقيق الذات وحب الظهور ومحاولة جذب الانتباه.
- الشعور بالاغتراب في المجتمع الحقيقي والرغبة في الهروب إلى مجتمع افتراضي آخر.

• الكبت والعزلة والحاجة إلى التنفيس والتعبير عن الذات ومزاولة الحرية الافتراضية.

- ابراز الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين والتعبير عنها.
- التفاعلية الفورية وما تنتجه المجتمعات الافتراضية من حوار متبادل بين الأطراف المشاركة

• الاستثمار العاطفي حيث استغلت النخبة الشبكية الجديدة تقنيات الاتصال في التعبئة العاطفية للمتفاعلين من خلال الاحتجاج ولاستغلال القدرة على التشبيك في جميع التأييد حول قضايا الاحتجاج.

مثلا: تمكنت الثورة المصرية 25 يناير من جمع التأييد عبر الانترنت وبمجرد نزولها إلى الشارع احتشد إليها العديد من الشعب في محافظات الجمهورية ، بما ساهم في تعبئة الحشد الذي حقق مطالب الثورة وحولها إلى ثورة شعبية وفي حالة التعبير عن الرأي العام الإلكتروني فيوجد العديد من المظاهر والأشكال التي يمكن أن يصل بها الرأي عبر الفضاء الافتراضي ومن هذه المظاهر ما يلي:

- التظاهرات الإلكترونية: وعي دعوات تأخذ طابع احتجاجي عن الأداء السياسي لحكومة ما ورئيس ما أو ندعو لموقف سياسي نعين أو تناهض قرار معين
- العصيان المدني: العصيان المدني الإلكتروني هو شكل من أشكال الضغط غير العنيف، على المؤسسات الحكومية أو السياسية المنخرطة في أعمال غير أخلاقية أو غير قانونية، أو تضرر بالإنسانية بطريقة أو بأخرى، حيث يمكن من خلال البيئة الإلكترونية تدوير وحشد تنظيم وتأييد الرأي العام عالميا ويرتبط بالعصيان

المدني الالكتروني الدعوات الالكترونية بالإضراب المدني وكافة الأنشطة الاحتجاجية الالكترونية التي تعبر عن تحد لأمر ما أو لقرار ما حتى وغن كان غير مفيدة للقانون(زوده، 2012، صفحة 185/163).

• مهاجمة الصفحات الحكومية الالكترونية: عبر الشبكات الاجتماعية أو قرصنتها وإغلاق صفحاتها واختراقها وهو ما يعرف بالنشاط القرصني.

• جمع التوقيعات الالكترونية: للمطالبة بتغيير سياسات أو قرارات أو الاحتجاج عن فعل غير أخلاقي أو منافي للأديان، مثال جمع التوقيعات الالكترونية لمناهضات الجرائم التي يرتكبها المتطرفون الصهاينة في حق الفلسطينيين تحت شعار "أوقفوا جرائم المستوطنين".

• الدخول في تعليقات حوارية: بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية للقيام بنقاشات وتكوين رأي مناصر أو مناهض لقضية من القضايا وتكوين التحالفات السياسية.

• نشر أفكار الإضرابات: بين أكبر عدد من مستخدمي الشبكات

• ارسال كم كبير من الرسائل الاحتجاجية: في شكل تعليقات أورش الخاصة

• تدشين مواقع على الانترنت: لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالموقف الاحتجاجي للحصول الاحتجاجي للحصول على تأييد الرأي العام وتجنيد المواليين لفكرة الاحتجاج من جماعات المصالح المختلفة..

• تأسيس مجموعات على الشبكات الاجتماعية:

وجذب الأعضاء إليها كموقع الفايس بوك وتويتر وغيرها خلف شبكة الاتصال والتواصل بين أعضاء المجموعة(اسماعيل، 2012، صفحة 92/91).

7.4. العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الالكتروني يؤثر في تشكيل الرأي العام الالكتروني عدة عوامل منها ما هو مشترك ضمن عوامل التأثير في الرأي العام الواقعي، كعامل الدين الذي يشكل المصدر الأول للسلوك والآراء والمثل:

الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني

والمنطق، وعامل تأثير الأوضاع السياسية والاقتصادية والزعماء والقادة (النشطاء) وكذلك عامل تأثير التجارب الشخصية والأحداث الهامة، اما العوامل المستجدة التي تؤثر في تشكيل الرأي العام الإلكتروني يمكن إجمالها فيما يلي:

- الحملات الانتخابية الإلكترونية
- حملات المناصرة الإلكترونية
- الرقابة على الشبكات الاجتماعية والانترنت
- الشائعات في الفضاء الافتراضي
- الحروب الافتراضية (الجيل الخامس للحروب)
- القرصنة السياسية الافتراضية
- التسريبات الإعلامية الإلكترونية
- اللجان الإلكترونية (جمعات الضغط بالشبكات الاجتماعية)
- الاتجاهات التعصبية والأيدولوجية للمستخدم
- تأثير رأس المال الاجتماعي.

8.4. مشكلات تواجه تشكيل الرأي العام الإلكتروني من أهم هذه المشكلات ما

يلي:

• تفشي الأمية الإلكترونية في المجتمعات النامية: مما يجعل الرأي العام الإلكتروني متأخر لديهم وغريب الاسم والأطوار لعدم معرفتهم بكيفية الاستخدام والتشكيل .

• تصفية المضمون والحجب: حيث استطاعت بعض الأنظمة الحاكمة من تصفية المضمون قبل وصوله للمستخدم، وحجب مواقع الشبكات الاجتماعية مما يصعب على المستخدم أن يعبر عن رأيه في هذه المجتمعات الافتراضية وعلى المثال ما حدث أثناء الثورتين المصرية والتونسية من قبل السلطات الحاكمة

د. نصيرة سالم

حينما حجبت الانترنت عن المستخدمين، ولكن تمكن مختلف نشاط الانترنت من الدخول إلى الشبكات بأساليب مختلفة (رفعت، 2018، صفحة 221/220). وبناء على الاختلالات الكلاسيكية في التدقيق الإعلامي على المستوى الدولي بين دول الشمال (العالم المتقدم) والجنوب (العالم النامي)، حيث نجد أن هذا الاختلال قد امتد ليشمل الانترنت والتكنولوجيا الرقمية، فحدثت فجوة رقمية بين من يملكون التكنولوجيا ومن يستهلكونها فقط، ومن ثم تؤثر هذه الفجوة على الرأي العام الإلكتروني والذي يصبح رأي تابع بالنسبة للدول المستهلكة للتكنولوجيا وليس مستقلا.

5. خاتمة:

لقد أدى ظهور الجيل الثاني للويب بتطبيقاته المختلفة ولا سيما الشبكات الاجتماعية التي تضيق الفجوة المعرفية المرتبطة بإنتاج المعلومات وانتشارها وحرية الوصول إليها، وقدرة أي فرد على المساهمة فيها وإنتاجها وإزالة اللبس والغموض المعرفي سواء ما يتعلق بالقضايا الداخلية أو الخارجية، ويشير البناء النظري الجديد لنظرية الفجوة المعرفية أو ما يعرف بتقليل الفجوة المعرفية، أو التغلب على الفجوة المعرفية وهي: توافر المعلومات عبر الفضاء الافتراضي وإمكانية التعليق عليها والتحاوور حولها إمكانية اتخاذ خطوات فعلية من الواقع الافتراضي إلى الواقع الحقيقي.

5. قائمة المراجع:

1. ابراهيم فواز الجباوي. (2011). الاعلام والرأي العام اثناء الازمات. سوريا: دار طلاس.
2. أسماء الجيوشي. (2017). الرأي العام ووسائل الاعلام. بيروت: دار الكتاب الجامعي.
3. البصراطين، محمد نور، (2014). دور الاعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية، مصر- نموذجاً-. المؤتمر الدولي الثاني جامعة محمد خيصر بسكرة 25-26 نوفمبر (الصفحات 8-9). بسكرة: جامعة بسكرة.
4. اياد هلال الدليبي. (2016). تكنولوجيا الاتصال والعملة والاعلام وتأثيراته في تشكيل الرأي العام. لبنان: دار العلوم العربية.
5. حنان كامل اسماعيل. (2012). دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة قادة الرأي الإعلامي، الأردن ومصر نموذجاً، رسالة دكتوراه غير منشورة. الأردن: جامعة الشرق الاوسط.
6. رضوان بلخييري. (2014). الاعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس. الملتقى الدولي الثاني؛ الاعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة الجزائر (صفحة 10). جامعة بسكرة.
7. شريف درويش اللبان. (2014). الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للإعلام الجديد. مجلة رؤى استراتيجية، صفحة 116.
8. عاطف عدلي العبد. (2012). الرأي العام وطرق قياسه. القاهرة: دار الفكر العربي.
9. مبارك زوده. (2012). دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، الثورة التونسية نموذجاً، رسالة دكتوراه غير منشورة. باتنة، الجزائر: جامعة الجاج لخضر، كلية العلوم الانسانية الاجتماعية، .

د. نصيرة سالم

10. محمد مصطفى رفعت. (2018). الراي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .
11. مصعب بن شديد بن شديد الهماش. (2007). الراي العام الالكتروني. مجلة الامن والحياة، الصفحات 46-49.
12. مصعب حسام الدين لطفي. (2012). دور مواقع التواصل (الاجتماعي الفيسبوك) في عملية التغيير السياسي، رسالة ماجستير. فلسطين: كلية الدراسات العليا نابلس فلسطين.