

المحاضرة الرابعة: وسائل الإعلام والرأي العام

أولاً: وسائل الإعلام والرأي العام

تبرز وظيفة وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام من خلال حثها الفرد على تبني اتجاهات محددة بشأن موضوع معين، وبالتالي التحكم في سلوكه وتشكيل الاتجاهات، نتيجة لتكامل مجموعة من الخبرات الجزئية التي تدور حول موضوع معين، وتمايزها وانفصالها عن غيرها من الخبرات، حتى تتخذ شكلا موحدًا في تشكيل اتجاه نفسي عام، له صفة الثبات والديمومة النسبية.

فعمليات الإدراك التي يعتمدها الفرد أو الرأي العام في استقبال المنبهات الخارجية، وعمليات التعرف التي تعطي المدركات معنى معين، وعمليات الاستدلال التي تساعد على الربط بين منبه معين ومنبهات أخرى، سواء كان هذا الارتباط على المستوى المعرفي أو الإدراكي، فضلا عن عمليات التفكير والتخيل والتوهم والأحلام كلها عمليات نفسية تشكل الخبرة الذاتية للفرد وتعد عمليات أولية تؤدي إلى تشكيل رأي أو اتجاه مميز.

وبما أن آراء الفرد تتشكل وفق المعلومات التي يحصل عليها، أو يتعرض لها فإن وسائل الإعلام لها القدرة على زيادة المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن مختلف الموضوعات لاسيما أن الرأي العام يخضع في المتوسط لوسائل الإعلام ما لا يقل عن ست ساعات يوميا.

ومن المؤكد أن تعرض الفرد يوميا لهذه الوسائل لساعات عديدة يجعله يأخذ قدرا كبيرا من المعلومات منها ويحتفظ بها، فهي تستحوذ على الجزء الأعظم من مصادر المعلومات التي نستقي منها فهمنا وبالتالي حكمنا، وتكمن أهمية هذه المعلومات في أنها تحدد سلوك المستقبلين.

ولا يمكن تجاهل التطور التكنولوجي ودوره الملحوظ في زيادة فاعلية هذه الوسائل في التأثير في الرأي العام وتوجيهه نحو آراء وأفكار معينة من خلال السعة والقدرة على الانتشار الذي أتاح لها نقل المعلومات والأحداث بأسرع وقت ممكن مع مراعاة طبيعة الوسيلة الناقلة وخصائصها، وهذا بدوره يساهم في دعم الجانب المعرفي للفرد، وقد أصبح من السهل توجيه الفرد من خلال الرأي العام باستحداث الاتجاه الجماهيري العام، والذي يقصد به خلق ميل عام لدى الشعب تجاه حالة أو موقف، أو رأي أو أي شيء آمن.

د. قدوري ريم فتيحة

ويزداد تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام في أوقات الأزمات لهذا يجب أن نميز بين نوعيين من الرأي العام:

- نوع جذري كلي عميق يرتبط بعمق الشخصية الاجتماعية الكلية، ويشكل جوهر نواتها الدين والعادات والتقاليد، ويصعب التأثير عليه مهما بلغت براعة وسائل الإعلام.
- النوع الثاني سطحي، يرتبط بفعل الانتماء السياسي والاجتماعي والتأثر بالأحزاب والجمعيات والنوادي والنقابات، وهو هدف الإعلام.

ثانياً: أشكال تغيير وسائل الإعلام للرأي العام

إن قدرة وسائل الإعلام على التأثير، واستقطابها لشرائح واسعة من الأفراد في المجتمع الذي يتابعونها عبر مختلف هذه الوسائل سواء كانت صحفاً أو قنوات إذاعية أو محطات تلفزيونية، وهذا التأثير يعتمد على الأساليب التي تنتج بها هذه الوسائل رسائلها الإعلامية، وقدرتها على الإقناع، لاسيما في ظل المنافسة التي تشهدها وسائل الإعلام، وصراعها من أجل السيطرة على الجمهور، وتوجيهه وفقاً لما يخدم مصالحها، ووسائل الإعلام بشكل عام لا تكتفي فقط بتشكيل الرأي العام، إنما تقوم أيضاً بعملية تغييره، وتتخذ في ذلك الأشكال الآتية:

الصورة الأولى:

تحدث عند حصول أحداث مهمة، أو نشوء تيارات فكرية جديدة، أو حدوث تغييرات في المناخات السياسية والاجتماعية، وتحولات في البنية الاقتصادية، أي تغيير الوجه العام لحياة المجتمع وظروفه المادية والمعنوية والسياسية، حيث ينتج ذلك ضغطاً عفويًا باتجاه الرأي العام محدثاً تعديلاً وتأثيراً أكيداً على اتجاهات ووجهات نظره مثل: تغيير الرأي العام بشأن الحرب على العراق، وتصنيفها في إطار مكافحة الإرهاب وتطبيق الديمقراطية.

الصورة الثانية:

وتحدث عند استهداف الرأي العام بخطة متقنة ومدروسة بغية تعديل اتجاهاته، وتوجيهه نحو قناة معدة مسبقاً، ويقوم بتنفيذ الخطة وتحديد الاتجاه والأسلوب وتعيين القناة متخصصون في الإعلام.

د. قدوري ريم فتيحة

ثالثاً: دور وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام

إن قدرة وسائل الإعلام على التأثير على قناعات الفرد، وأفكاره، وتوجيه اهتماماته إزاء الأحداث والقضايا، يجعلها تساهم في تغيير الرأي العام، وهذا التغيير يكون من خلال ما يلي:

- ✓ **التغيير المعرفي:** حيث تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد، وذلك من خلال التعرض الطويل لوسائل الإعلام كمصدر موثوق للمعلومات، وتقوم بتوجيههم حسب الاتجاه الذي تريده، فتغير في أسلوب الفرد وطريقة تفكيره وقناعاته لأن القنوات حصيلة المعرفة المكتسبة.
- ✓ **تغيير المواقف والاتجاهات:** حيث يغير الأفراد مواقفهم واتجاهاتهم إزاء حدث أو قضية بناء على المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام.
- ✓ **التنشئة الإجتماعية:** فالرسائل الإعلامية تتضمن أهدافاً وقيماً، وهذا ما يعرف بالتنشئة الإجتماعية، فهي تعمل على تلقين المستقبل مجموعة من المعارف التي تتسلل إلى اللاشعور مع مرور الوقت وتصبح معياراً للحكم على الأشياء.

وقد تمكن الباحثون من تحديد أربع طرق تؤثر عبرها وسائل الإعلام على الرأي العام:

- تمكين الناس بما يجري أسلوب التعلم، ويكون ذلك من خلال المعلومات التي يتلقاها الفرد من وسائل الإعلام المختلفة، والتي تجعله على دراية بما يقع من أحداث وقضايا، والتطورات التي تشهدها.
- **تحديد القضايا والأحداث المهمة (أسلوب ترتيب الأحداث)**، حيث تقوم وسائل الإعلام بتركيز الاهتمام على أحداث وقضايا على حساب أخرى، ويكون ذلك من خلال تكثيف حجم المتابعة، وتكرار العرض، حتى تترسخ على أنها الأحداث والقضايا الأكثر أهمية من غيرها.
- **تحديد الشخصيات التي يمكن لومها أو مكافأتها انطلاقاً من ما ورد في الأخبار**، فمن خلال معالجة الأحداث والقضايا، يتم التركيز على شخصيات معينة، وإعطائها الاهتمام أكثر من غيرها، وميزة هذه الشخصيات أنها رئيسية وتعتبر الفاعل الأساسي في الأحداث والقضايا، ويتم أيضاً تشكيل رأي عام بشأنها.
- **أسلوب التأثير على الخيارات والميولات السياسية**، ويقوم هذا الأسلوب على الإقناع وتقديم الأدلة والحجج التي تؤدي إلى الاقتناع بالرأي أو الفكرة، ويمكن أن تكون أساليب الإقناع عقلية مدروسة، كما يمكن أن تكون عاطفية تخاطب المشاعر، وأسلوب التأثير يتحكم فيه إلى حد كبير أسلوب معالجة الأحداث والقضايا، وكيفية تقديمها للجمهور.

د. قدوري ريم فتيحة

وتساهم وسائل الإعلام من صحف وإذاعة وتلفزيون في تشكيل الرأي العام، ويختلف ذلك باختلاف خصائص وسمات كل وسيلة، فدور الصحيفة يختلف عن دور الإذاعة، ودور التلفزيون، ويتحكم في ذلك طبيعة القضايا التي تعالجها كل وسيلة، والجمهور الذي تخاطبه، وطبيعة النظام الإعلامي الذي تتواجد فيه كل وسيلة، وحجم الحرية التي تتمتع به في طرح الأحداث والقضايا، وفي ظل الانتشار الكبير الذي تعرفه وسائل الإعلام، لاسيما القنوات التلفزيونية، التي تعددت أنماط ملكيتها، فإنها تشهد منافسة قوية من أجل الاستحواذ على اهتمام الجمهور، وتشكيل آرائه وفقاً لما يخدم مصالحها وتوجهاتها، وهناك من هذه الوسائل من تلجأ حتى إلى تزيف الحقائق، وممارسة التضليل الإعلامي من خلال نشر معلومات كاذبة، ومزيفة.