دور الإعلام الجديد في إعادة بناء الرأي العام العربي

New media role in Arabian public opinion building

بحث أعده:

د. رعد حميد توفيق البياتي

DR. Raad Hameed Tuveg Salah Al-Bea'atee

الجامعة العراقية/كلية اصول الدين

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين. فتعد صناعة وبناء الرأي العام في العالم المتحضر من أهم القنوات لتشكيل وتغليب مواقف الطبقات المسيطرة على الطبقات التي أدنى منها أو الطبقات التي تحتاج إلى إخضاع فكري.

إذ تتدخل في عملية بناء الرأي العام كل الممارسات الاجتماعية والثقافية القادرة على التأثير في شرائح أو فئات اجتماعية باختلاف أوضاعها ومصالحها الآنية والمستقبلية، وتستهدف صناعة الرأي العام عزل قبول موقف النقيض عن موقف الطبقات المسيطرة، وتحجيم تأثيره إلى أقصى حد ممكن، وتبرز صناعة الرأي العام كإستراتيجية لممارسة السياسة بلا مواقف مناهضة فعّالة.

مشكلة البحث: تنطلق مشكلة البحث الحالي عبر تساؤل رئيسي يقول: هل هناك علاقة تكاملية بين أفكار صُنّاع وسائل الإعلام الجديد والجماهير والواقع الاجتماعي للشعوب ؟ ولتحديد المشكلة بصورة أدق طرح الباحث تساؤلات فرعية:

١. ما تعريف الرأي العام والإعلام الجديد ومدى تأثر الرأي العام العربي بالاعلام وأساليب التأثير.

٢. ما مديات توفير وسائل الإعلام الجديد للأرضية اللازمة لتبادل الأفكار والآراء لجميع الجماهير؟

٣. هل هناك جهات معينة تسيطر على توجيه الأفكار والآراء والرأي العام للشعوب وبيدها زمام التوجيه ووقته؟

٤. ما الارتباط بين الرأي العام العربي ووسائل الإعلام الجديد؟

فرضية البحث:إن تحديد فرضية يعتمد بصورة كاملة على تساؤلات المشكلة وتناولها لجوانب البحث بصورة متكاملة، وعليه افترض الباحث فرضية لبحثه تقول:ان اغلب وسائل الإعلام يقف خلفها موجهين استراتيجيين وصُنّاع قرار وأفكار ورأي عام عالمي ومحلي واقليمي، بسبب عودة استعمال نظرية محقنة الابرة[١] ولا سيما في العالم العربي ويرجع ذلك الى ضعف وسائل التوعية من حيث

---

(١) يذكر الباحثون أن الجمهور بمستواه العام خلال بدايات القرن العشرين جمهور سلبي يتقبل كل ما يُعطى إليه من مواد ورسائل إعلامية، ويمكن التلاعب به كالطين بيد الفخّار، وانه يتقبل كل ما يُرسل إليه كالخامة البيضاء؛ لذلك يرى أصحاب هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على إحداث تأثير وبصورة مباشرة على الجمهور على أساس أن الرسالة تشكل عنصراً قوياً في هذا التأثير؛ لذلك اتخذ العمل الاتصالي إرسال الرسائل أولا، ولهذا سمي هذا الاتجاه مدخل محقنة الإبرة، وُسميت النظرية: نظرية محقنة

المخططات الغربية بصورة عامة وضعف قادة الرأي[1] في التوجيه الصحيح او وقوعهم هم أيضا تحت طائلة التأثير الإعلامي الممنهج.

الإبرة، أو نظرية الرصاصة السحرية(يُنظر: ابراهيم امام، الإعلام والاتصال الجماهيري ، ط ٣ القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨١ م.ص ٧٨. ويُنظر: محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب، ط٢، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٨م، ص ١٦ –١٧.) وظهرت هذه النظرية على يد (هارولد لازويل)(يُنظر:بسيوني إبراهيم، وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات ،القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٦ م ص ٢١٤ –٢١٥.)، وقامت هذه النظرية كاستخدام رجل الدعاية لوسائل الإعلام كأداة للتأثير في مواقف البشر، وأفكارهم، وسلوكهم، ووضح هذه النظرية عالم الاتصال (ولبور شرام)، فقد كان ينظر إلى ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل على انه رصاصة سحرية تنقل الأفكار والمشاعر من عقلٍ لآخر(يُنظر:فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والاجتماعية القاهرة،دار الفكر العربي، ١٩٨٥ ،ص ١٤١). وظهرت هذه النظرية في أثناء الحرب العالمية الأولى، ولها افتراضات قامت عليها(يُنظر:بسيوني إبراهيم، وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ٢١٤ –٢١٥.)وهي:

أ– إن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأغنياء في المجتمع الجماهيري الذين يدرسون تلك الرسائل بشكل متقارب.

ب–إن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر أو عواطف الإفراد تأثيراً فعالاً.

ت–إن الرسائل تقود الإفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما.

ث–تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة.

ج– يتلقى الفرد المعلومات بشكل فردي وبلا وسيط.

ح– إن رد الفعل فردي ولا يعتمد على تأثير المتلقين في بعضهم.

(١) قادة الرأي: هم من يملكون زمام نقل الإعلام وإدراجه في أساليب أو يعمل على أن تكون هذه المعلومات: هي ما يريد الجمهور انتقاءَه، بحيث يكون قادة الرأي المأطرين للإعلام أطراً تجعل الجمهور ينظر إلى المعلومة التي تأتي عن طريق قادة الرأي، اصدق في معالجة رغبته وسلبية معرفته عن المعلومات التي يريد أن ينتقيها.

كما يقوم قادة الرأي بتقريب هذا الإعلام وتصديره للجمهور بأنه يلبي إدراك الجمهور وقاعدته المعرفية ويجعله يشعر أن هذه الرسائل الإعلامية هي الملبية الحقيقية لمعارفه المختزلة في شعوره ويجعله يقبل على انتقائها.(يُنظر: عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (ط٥، الأردن اربد مكتبة الكتاني ٢٠٠٣م) ص ١٥٢.و يُنظر: جيهان رشتي، الأسس العملية لنظريات الإعلام (القاهرة، دار الفكر العربي ١٩٧٥م).ص ٢٠٠. ويُنظر: صالح أبو أصبع، الاتصال والإعلام والمجتمعات المعاصرة (عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥م)،ص ٦٧.)

اهمية البحث: يكتسب البحث أهميته من أهمية الإعلام في إعداد الرأي العام في العالم وأهميته التوجيهية بحيث أصبح المعزز والموجه لتفكير الشعوب والتجمعات الإنسانية وبه تتقارب الجماعات المتضادة وبه تتباعد الجماعات المتقاربة والمتوائمة، وذلك عبر وسائل الإعلام ولا سيما بعد دخول ثورة الاتصالات الرقمية، اذ تطور إيصال المعلومة بسرعة لم يعرف تناهيها من عدمه بحسب التقدم والتطور التقاني.

أهداف البحث: يهدف البحث الى نقاط عدة:

١. إن الإعلام الجديد أصبح الفاعل في كثير من التغيرات التي تمر بها الانسانية ولا سيما العالم العربي.

٢. إن الرأي العام العربي يتشكل ويتحدد ويتأطر على ضوء مُلاك هذا الإعلام ومن يقف ورائه.

٣. إن الرأي العام العربي اصبح من حيث التغذية هدف الإعلام الجديد بحيث تتشكل الرؤى العامة للشعوب العربية بالاعتماد على فكرة معينة قد يقف ورائها مؤسسات او أحزاب بعينها.

٤. ان دور الإعلام الجديد في صياغة التطور الاجتماعي بين الشعوب يمثل احد الأذرع الاخطبوطية للعولمة، والتي تهدف الى نشر الحضارة والثقافة الغربية على حساب الحضارات الأخرى.

منهجية البحث: تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث النوعية (الكيفية) حيث يذهب فريق من الباحثين إلى القول :إن مجال البحوث الكيفية يبعد كل البعد عن وضع تعريف محدد وقواعد ومعايير محددة يلتزم بها الباحثون، وتعرف البحوث النوعية (الكيفية) بأنها سلسلة من التوقعات والتناقضات والأحكام غير المؤكدة، وعلى الرغم من ذلك توفر البحوث النوعية (الكيفية) العديد من الوسائل التي يمكن من خلالها تعرف كيفية تعامل الأفراد مع عالمهم[١]، وتعتمد هذه البحوث على عدد من

---

(١)يُنظر : سامي طايع : بحوث الإعلام، القاهرة : دار النهضة العربية، 2001 ، ص195

للاستزادة في مجال البحوث النوعية (الكيفية) يمكن الرجوع إلى:

- C. Marchall & G. B. Rassman : Designing Qualitative Research ، Newbury Park ، CA:Sage ، 1989.

- H. F. Wolcott : Posturing in Qualitative In Query. in M.D. le Compete ، W.L. Millory and J. Presissle ، The Hand book of Qualitative Research in Education ، NY :Academic Press.1991. PP. 2 – 52.

الأنظمة مثل النقد الأدبي والعلوم الإنسانية والاجتماعية والتحليل، كما تعتمد على إدراك الباحث ومعرفته بالتقاليد الاجتماعية السائدة[١].تمتاز البحوث النوعية(الكيفية) بمرونة شديدة، فهي لا تحتاج إلى نظام استقصاء دقيق، ومن الممكن ألا يكون الباحث الذي يقوم بتنفيذ البحث منظماً[٢]، وفي البحوث النوعية الكيفية لا يوجد مفهوم مطلق للحقيقة قابلية القياس فهو مفهوم يختلف من باحث إلى آخر، وحتى يفهمه الباحث لابد له من النظر إلى كل الأجزاء،وتهدف البحوث الكيفية إلى التوصل إلى تفسير موحد لظاهرة في موقف ما[٣] .

هيكلية البحث:يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة

المبحث الأول: الإعلام الجديد والرأي العام

المطلب الأول: الإعلام الجديد

المطلب الثاني: الرأي العام

المبحث الثاني:علاقة الإعلام في تغيير الاتجاهات

المطلب الأول: الفواعل الرئيسية في تغيير الاتجاهات

المطلب الثاني: الأسباب المساعدة في تشكيل الرأي العام

المبحث الثالث: انعكاسات الإعلام الجديد على الرأي العام العربي

المطلب الأول:تشكل الرأي العام في العالم العربي

المطلب الثاني: إشكالية استقرار الرأي العام العربي

المطلب الثالث: الحفاظ على وحدة الرأي العام العربي والإسلامي

- N. K. Denzin & Y. S. Lincoln : Hand book of Qualitative Research. Thousand Oakes CA : Sage. 1994. P.I…Followed

(١)يُنظر : سامي طايع : بحوث الإعلام،مرجع سابق، ص196

(2) W. J. Potter and W. Ware : The Frequency And Context of Prosocial Act on Prime Time T.V ، Journalism Quarterly ، Vo. 66 ، No. 2 ، p. 365.

(٣)يُنظر : سامي طايع :بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص197

المبحث الأول: الإعلام الجديد والرأي العام

تمهيد:

من المعروف أن تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية هو أمر لازم لا بد منه في كل بحث علمي وذلك من اجل إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث أنْ يبحث فيها، ولأهمية التعريف بالمصطلحات يسعفني في هذا المقام الحكمة الشهيرة لفولتير[١] الذي قال فيها: (إذا أردت أن تتحدث معي فعليك بتحديد مصطلحاتك)،وذلك لأن المصطلح أو المفهوم هو وسيلة رمزية يستعين بها الإنسان للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة بُغية توصيلها لغيره من الناس،(وتعد المفاهيم دائما من الصفات المجردة التي تشترك فيها الأشياء والوقائع والحوادث دون أن تعني واقعة أو حادثة بعينها أو شيئا بذاته)[٢] .

المطلب الاول: الإعلام الجديد

الإعلام بصورة عامة هو التشارك بالأخبار والأفكار والآراء بين مرسل ومستقبل وقد تتبدل الاتجاهات[٣] تبعا لأنماط ذلك الإعلام.

---

(١) فولتير (فرانسوا مارى أرويه دى) Voltaire (١٦٩٤، ١٧٧٨): فرنسي الأصل من عائلة برجوازية تعلم في الكلية اليسوعية، كان مزاجه فلسفيا فجاءت اغلب كتاباته الأدبية فلسفية المنحى والتناول، وهو من دعاة الاستبدادية المتنورة، التي تعني: إقبال الملوك على دراسة الفلسفة وقبول أفكار الفلاسفة لتكون أساساً ترتكز عليه الملكية، وأن كانت ملكية مستبدة؛ إلا أنها متنورة بنور الفلاسفة، وأهم مؤلفاته: رسائل فلسفية، رسائل في أدبيات وروح الشعب القاموس الفلسفي لم يعد إلى فرنسا إلا قبل وفاته بشهر واستقبله أهلها. يُنظر:عبد المنعم الحفني، موسوعة الفلسفة والفلاسفة، ج٢ ط٢،القاهرة،مكتبة مدبولي،١٩٩٩م ص ١٠٤٢.

(٢) عبد الباسط حسن، أصول البحث الاجتماعي ط٤،القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٥ م ص ١٥٥.

(٣) الاتجاه: وتعرف الاتجاهات بأنها مجموعة مترابطة من الآراء المستقرة نسبياً، والاتجاه مفهوم يعكس مجموعة من استجابات الفرد، كما تتمثل في سلوكه نحو الموضوعات والمواقف الاجتماعية التي تختلف نحوها استجابات الأفراد نتيجة جدلية هذه الموضوعات، وتتسم استجابات الأفراد بالقبول أو الرفض بدرجات متباينة. ينظر: عزيز حنا داود، و تحسين علي حسين : علم تغيير الاتجاهات، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، .ب ت، ص16

إن الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تسهم في بلورة صورة المستقبل، صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمله، وقادرة نوعا ما على تغيير البنيان الأخلاقي للمجتمع[١]، لكن وبعد حدوث ذلك الانفجار المعرفي والتكنولوجي المتسارع الإيقاع تبين أن الإعلام أصبح لا يقتصر على التشارك في المعلومة فقط، بل اصبح شكل من اشكال النشاط الإنساني بجوانبه كافة، المادية والروحية والتشارك بالفكر والمشاعر والأنشطة المختلفة.

إن الإعلام وبعد ان اصبح رقميا او فضائيا أصبحت حتى تعاريفه قابلة للإضافات المتلاحقة؛ بفعل طرو إضافات تقنية جعلت الإعلام يقوم بجوانب اكثر مما يتصوره المرء في بداية معرفته به.

إن هذه التطورات التكنولوجية الهائلة جعلت الإعلام يرتقي مكانة عالية ولا سيما في العلاقات الاجتماعية بين الشعوب، وجعلته يأخذ أهميته ولاسيما من حيث التأثير والحاجة.

يجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال وطرق البث الجديدة والتقليدية مع الكومبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات .

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة "[٢]. وبحسب ليستر:" الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للاعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"[٣]، ويعرفه قاموس الكومبيوتر عبر مدخلين هما:

---

(١)يُنظر: إبراهيم إمام :الإعلام والاتصال بالجماهير، ط2 ،القاهرة :مكتبة الأنجلو المصرية، 1985 ، ص٤٣١

(2) Definition for New Media ، High-Tech Dictionary
<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html> Accessed: Oct. 2006

(3) Dr. Paul Martin Lester ، California State University

<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html> Accessed: July. 2006

- إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والنقّالة.
- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع[١].

يعرف قاموس الانترنت الموجز تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى: " أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الإنترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير إنتقاصي يستخدم ايضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة : الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما"[٢].

يتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين ، صاحب الرسالة ومستقبلها ، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت ، لأن القديم نفسه أُعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.

كما تضع كلية شريديان التكنولوجية تعريفا عمليا للاعلام الجديد بأنه : كل انواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، لذا هنالك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته ، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ، فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض ، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته، وعلى ذلك ، يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية :

- ✓ الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها
- ✓ الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.

---

(1) Definition: New Media . Computing Dictionary . < http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media> Accessed: Sep. 2006

(2) New Media . Condensed Net Glossary

http://www.saila.com/usage/glossary / > Accessed: Sep. 2006.

- ✓ نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي اضيفت إليها ميزات جديدة كالتفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب .
- ✓ الإعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر، ويتم تداول هذا النوع ، اما شبكيا او بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما اليها ويشمل العروض البصرية والعاب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها.

لهذا يحصر نيغروبونتي [١] الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في:استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات.

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة يستشف الباحث استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد ، لاسباب عدة ، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح ، فهي ما زالت في حالة تطور سريع ، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي، وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة ، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم.

يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية .

المطلب الثاني: الرأي العام

بدأت أهمية الرأي العام في الثلاثينيات من القرن العشرين اذ تناما الاهتمام الجدي بهذا المفهوم واستخداماته ولا سيما في السياسة والاقتصاد والدعوة الى العقائد والأفكار، واصبح يحتل مكانا مرموقا في جميع دول العالم على الرغم من الاختلافات السياسية والنظم الدولية وذلك على مستوى النظرية والتطبيق.

---

(1) Nicholas Negroponte، Being Digital. Publisher Vintage USA 1996. p 37

إن الرأي العام كعلم اصبح له استقلالية إعلامية وعلمية ومعرفية؛ لاهميته المعاصرة اذ صارت له نظرياته وتقنياته المختلفة وأساليب قياسه وقياس عناصره، وجرى الاهتمام بالعناصر المساعدة على توجيهه كما أصبح من المواد المهمة التي تدرس في العلوم الاجتماعية والإعلامية في جامعات مختلفة، وقد بالغت بعضها الى جعل هذا التخصص له كليات بعينها ، كما أصبح بعض مراكز البحوث تُعول عليه في كثير من استبياناتها وتوجهاتها، اذ دعا ذلك من له غاية بهذا المفهوم الى تطويعه ليتلاءم مع أحزاب وسياسات او أيدلوجيات معينة.

فضلا عن ذلك الاهتمام بالرأي العام لدى جميع المنظمات الدولية والإقليمية، والمهم في ذلك التعرف على الآراء والاتجاهات فيما تقدمه من خدمات الاندماج[١]، ولو أراد باحث يتحرى الموضوعية في التعاريف الوصول الى تعريف جامع مانع لمفهوم الرأي العام لما توصل الى تلك الدرجة من الرضا عن تعريف محدد؛وذلك بسبب وجود اتجاهين لتعريف الرأي العام في الوقت الحاضر:

١. الاتجاه التقليدي الذي ساد في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين ويرى هذا الاتجاه أن الرأي العام هو: مجموعة من الآراء التي يتمسك بها الأفراد والتي تتعلق بأمور تؤثر وتهم المجتمع.

٢. الاتجاه الحديث ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن عبارة الرأي العام تعطي معناها بالإشارة الى وضع فردي متعدد فيه يعبر الأفراد عن أنفسهم او يمكن ان يدعو للتعبير عن أنفسهم للتأييد والإسناد او عدم التأييد لمعارضة بعض الأحوال او الأشخاص او المقترحات ذات الأهمية الواسعة الانتشار،بحيث يؤدي ذلك الى احتمال التأثير بصورة مباشرة او غير مباشرة في العمل نحو الموضوع المقصود.

إن الرأي العام هو الرأي الغالب او الاعتقاد السائد او الإجماع على الآراء او الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب او الجمهور تجاه امر او ظاهرة او قضية او حدث او موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الإجماع له قوة وتاثير على القضية او الموضوع الذي يتعلق به[٢].

---

(١) يُنظر:مصطفى انطاكي ، رؤى واستشراقات مستقبلية حول الاعلام ، مركز الدراسات الاستراتيجية ، دمشق ٢٠٠٥، ص ١١١

(٢) يُنظر:وجيه الشيخ ، الاعلام والدعاية ، دمشق ، ١٩٩٣، ص ٢٢٨.

كما يظهر ان لكل رأي عام على الساحة السياسية او الدينية او الساحات الأخرى يجب ان تتوفر فيه عناصر عدة هي:

١. الجمهور[١] وهم محور الرأي العام الذي يحدد اتجاهات الرأي العام اذ الجمهور هم اصحاب المصلحة الحقيقية في تحديد السلوك الاجتماعي.
٢. البيئة: اذ هي التي تضخم التوجه او تسّوفه وتتنوع ما بين الاثنيات الثقافية او الدينية او القومية او العرقية.
٣. الحاجات النفسية : وهي التي تبرز تكتلات الرأي العام والتوجهات كالتحديات العقائدية او السياسية او الاقتصادية.
٤. المستوى الثقافي للانسان وهذا العنصر ضروري في تحديد سلوك الناس حول رأي معين او وجهة محددة.

المبحث الثاني:علاقة الإعلام في تغيير الاتجاهات

المطلب الأول: الفواعل الرئيسية في تغيير الاتجاهات

بعد ان أصبحت وسائل الإعلام الجديد كالانترنت والقنوات الفضائية الى غيرها هي الفاعل والجهة الرئيسية في تعبئة الشارع العالمي والمحلي، وبعد ان تفككت سيطرة الدولة بمختلف درجات تطورها الدعائي، وبعد ان افرز لنا الإعلام الجديد أشخاص وجماعات يمكنهم استعمال هذا الإعلام لتشارك المعلومة وطبيعة التأثير على تشكيل الرأي العام وطبيعة المساهمين فيه[٢]، وهذا التشكل والتقولب ولا سيما للرأي العام العربي تحدد عبر اطر وأساليب، هي:

---

١) يُعرف الجمهور لغة: بأنه الرمل الكثير الواسع المتراكم، وجماهير الناس وجلهم والجماهير:الضخم من الأشياء . وهو في الاصطلاح كما لُخِص: بأن الجمهور مجمله، ويقال: (الجمهور هو معظم كل شيء). وقيل مجموعة كثيرة من الناس في المجالات والطبقات كافة.ينظر: أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني اللغوي، (ت ١٠٩٤ هـ)، الكليات، معجم من المصطلحات والفروق اللغوية ط٢، لبنان، المنده للطبع والنشر فهارسه،عدنان درويش ومحمد المصري،مؤسسة الرسالة بيروت ١٤١٩ هـ ١٩٩٨ م ص٣٣١ . ويُنظر:جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام،بيروت،دار الفكر العربي، ١٩٧٥م ص ٤٧.

(٢) ادهم عدنان طبيل، الاعلام الحديث في ظل العولمة ، ٢٠٠٧/٥/٢ ، على الرابط:
http://pulpit.alwatanvoice.com/content-89911.html

١. تنامي ظاهرة العولمة، اذ بعد ظهور مجتمع المعرفة والمعلومة بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال الرقمي، ادى ذلك الى تحويل العالم الى طابع العالم الرقمي الافتراضي، وشهد العالم على أثرها موجة تعبوية نحو الديمقراطية والتوجه نحو الاقتصاد وراس المال ، وجميع ذلك اثر سلبا على الجانب القيمي والعقائدي للشعوب، حيث اصبح الفرد حرا في التلقي بلا قيود تحد من انسيابية المعلومات الوافدة اليه إن كانت سياسية او دينية او فكرية وهذا مما حد من سيطرة النظم الشمولية ومرحلة الطاعة العمياء للدولة او للمؤسسة بتخصصاتها كافة، وموقع الفيس بوك اقرب دليل على ذلك، اذ اصبح يقوم بدور يفوق في أهميته التوجيهية والتعبوية عن دور المسجد (او الخطاب الديني بصورة عامة)، في حشد الجماهير، والثورات العربية الأخيرة تدلل على ذلك.

ان العالم اليوم وبعد تنامي العولمة ولا سيما في الإعلام المعولم اصبح عرضة للادلجة المقصودة من قبل رساميل الاقتصاد العالمي الذين يؤقلمون(يُهيكلون) الشعوب تبعا لسوق العرض والطلب، وهذا الاقلمة تكون عبر خلق رأي عام محلي لتلك الأقاليم، تتحدد على ضوئه تلك الاقاليم ديموغرافيا.

٢. تسارع تطور الإعلام الجديد، اذ بعد ثورة المعلومات العالمية برزت ثلاثة عناصر رئيسة أثرت على الرأي العام، وهي المعلومات، والفضاء الالكتروني، والطابع الالكتروني للمعلومات، فالمعلومة هي محور ثورة المعلومات وهي التي دارت حولها الاكتشافات التكنولوجية وتتنافس على مدى سرعة استقبالها وارسالها ، اما الفضاء الالكتروني فهي الصورة الافتراضية التي بدأت تتنامى في عقلية الانسان عاما بعد عام عن وجود عالم افتراضي رقمي يتم التبادل والتعامل والتعارف من خلاله على الآخر، ويتم البيع والشراء ومعاملات الحياة الأخرى[١].

اذ اصبح هذا المصطلح يشير الى مكان افتراضي بعيد عن العالم المادي الطبيعي حيث يصير مستخدم هذا العلم فرد مادي متعلق بعالم الافتراض الرقمي، وتقترب العلاقة بين العالم المادي والعالم الرقمي بحيث يحصل مستخدمو الكمبيوتر على خبرات لا وجود لها يكتسبوها عن طريق هذا

(١)يُنظر:على محمد رحومة ، علم الاجتماع الالي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس للثقافة والفنون والادب، الكويت ، ٢٠٠٨، ص ٤٥.

الاستخدام فتؤثر تلك المكونات الرقمية الالكترونية على العالم الواقعي المادي ، وتصبح القيمة الحقيقية للفضاء الالكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة في داخله[١].

المطلب الثاني: الأسباب المساعدة في تشكيل الرأي العام

يعد بناء الرأي العام بصورة عامة من أهم القنوات لتلميع موقف الطبقات المسيطرة (السياسية، الاقتصادية)، والإسهام في التأثير على شرائح أو فئات المجتمع من خلال كل الممارسات الاجتماعية والثقافية القادرة باختلاف أوضاعها ومصالحها الآنية والمستقبلية على صناعة الرأي العام.

تبرز أهمية او قيمة الرأي العام كإستراتيجية لممارسة السياسة، حين تكون موازين القوى مختلة(بين السياسيين او الاقتصاديين او بين السياسيين والاقتصاديين) لمصلحة الطبقات المسيطرة سياسيا، وعليه ينشئ الرأي العام من :

١. المرجعيات الدينية والثقافية والمهنية: اذ تتشكل "المرجعيات" الدينية والثقافية والمهنية من مؤسسات معنوية وفي غالب الأحيان من أشخاص ذاتيين، وتكون هذه "المرجعيات" ذات مشروعية ترتبط بانتماء عائلي،قبلي، طرقي، أو بعلم ، أو بكفاءة ، وهذا الانتماء أو العلم أو الكفاءة يمكن أن تكون حقيقية أو مُدّعاة أو مكتسبة عبر تركيزها إعلاميا ومؤسساتيا، فليس غريبا أن يصبح بعض "المتخصصين" هم أصحاب القول "الفصل" في كل ما يتعلق بقضايا الوطن التي من المفروض أن تكون قضايا التنظيمات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المعبرة عن مختلف مكوناته.

٢. مراكز الدراسات والأبحاث: تلعب مراكز الأبحاث والدراسات المتخصصة أدوارا مهمة في تشكيل الرأي العام من خلال النتائج التي تنشرها في أوساط النخب، وفي غالب الأحيان، تنتج هذه المراكز دراساتها وأبحاثها في "استقلال" عن مؤسسات الدولة، وتصبح أرقام هذه المراكز وخلاصتها منطلقا لعمل النخب في تأطير المجتمع وتوجيهه بوعي أو دونه، ولا يحد من الهيمنة

---

(١)يُنظر :حسن مظفر الرزو،"الفضاء المعلوماتي"، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ٢٠٠٧ ص ص ٢١٣-٢٢٣،

and: " Air & Space Power Dominant Air، Space، and Cyberspace Operations(8) Lt Col Paul D. Berg،"Journal، Summer Issue – 2007.

المطلقة لهذه المراكز إلا ظهور مراكز مستقلة فعليا تمارس الدراسة والبحث من منطلق علمي، يتقصى الحقيقة النسبية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.

٣. وسائل الإعلام السمعية البصرية والمكتوبة:إن تعدد وسائل الإعلام لا يعني بالضرورة حرية الرأي والتعبير، بل إن إغراق السوق بالصحف والمجلات والقنوات يمكن أن يكون وسيلة من وسائل تعويم حرية الرأي والتعبير(وذلك لان ملاك هذه الوسائل يحملون أفكاراً ذاتية)، فلا استقرار لرأي واحد بل ان الغلبة في تشكيل رأي معين يكون لمن له الصدارة في خداع البصر واللعب على العواطف.

٤. التظاهرات واستعراض القوى: تتميز التنظيمات السياسية باستعمال الاستعراض كوسيط لترهيب المجتمع ، وهذا الأسلوب يتم اللجوء له من طرف صُنّاع الرأي العام كذلك، من أجل خلق حالة من الرعب تجاه قوى معينة ،هذا ليس معناه أننا ننفي خطورة هذه القوى على تقدم المجتمع بل العكس هو الصحيح ، لكن المنطلق يختلف[١]، لهذا يرى" صموئيل بيكر:أن دور الإعلام الأساسي هو خدمة النظام السياسي التي تتجلى بتسهيل التماسك الاجتماعي، وتفسير المجتمع لنفسه، وخدمة النظام الاقتصادي [٢].

المبحث الثالث:انعكاسات الإعلام الجديد على الرأي العام العربي

المطلب الأول:تشكل الرأي العام في العالم العربي

لا يستطيع منصف أن يتجاهل حقائق الأرقام حول صناعة الإعلام، ومدى تأثيرها في الحياة العامة وبناء الأفكار والتوجهات وتشكيل الآراء الموحدة، ففي آخر إحصائية رسمية مسجلة بنهاية عام ٢٠١٠م، بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها ٤٧٠ هيئة منها ٢٦ هيئة حكومية، و٤٤٤ هيئة خاصة، وهي تبث أو تعيد بث ٧٣٣ قناة متعددة الأهداف ومختلفة الأصناف والأطياف، مستعملة في ذلك سبعة عشر قمرًا صناعيًّا [٣]

---

(١)يُنظر:حميد الهاشمي الجزولي ، الحوار المتمدن – العدد: ٩٦٩ – ٢٠٠٤ / ٩ / ٢٧ – ١١:٥٠ على الرابط: http://www.alahwer.org/ debatq/show.art

(٢)يُنظر: فؤاد عبد السلام :الإعلام والصراع العالمي، القاهرة :مكتبة الفكر العربي، دت، ص16

(٣)يُنظر:الموقع الرسمي لاتحاد الإذاعات العربية، «www.asbu.net».

ولو أردنا التدليل على مدى استطاعة الإعلام الاستحواذ على تغذية الرأي العام العربي والتفرد بتزويد الجماهير بالمعلومة والفكرة والرأي والاستشارة، هو أن الجمهور المصري من عام ٢٠٠١م ، تبلغ نسبة متابعته للقنوات الفضائية بشكل إجمالي ٩٩.٥% منهم ٥٠.٢% بصفة منتظمة وأن هذه الشريحة في ازدياد منذ ذلك العام إلى أن وصلت إلى ٧٥%، هذا العام ٢٠١١م[١].

كما أن نسبة المشتركين العرب في موقع face book بلغ قبل الثورات العربية مباشرة وبنهاية ديسمبر ٢٠١٠م، نحو ٢١.٣ مليون مشترك، وتضاعف هذا العدد بنهاية عام ٢٠١١م[٢].

لقد تخطى الإعلام دور المؤثر على الرأي العام ليتحول إلى صانع مهم له، وأصبح أخطر الأدوات التي تشكل الخريطة الفكرية والثقافية على حد سواء مع الخريطة السياسية والاقتصادية والعسكرية التي تسود العالم[٣]، ومن يملك الآلة الإعلامية المناسبة في عالم اليوم هو من يفرض على الناس كيف يفكرون وماذا يختارون، وذلك عن طريق كل وسائل الإبهار والخداع البصري والسمعي وغيرها، وفي الوقت نفسه دارت الآلة الإعلامية التغريبية لتروِّج بطريقةٍ دعائيةٍ هجومية للتيارات السياسية الليبرالية واليسارية على حد سواء، حتى غدت البرامج الانتخابية التي تتبناها تلك الأحزاب من رسم محترفي وسائل الإعلام[٤].

يقول إدموند تايلور في كتابه "أغنى بآسيا": "في الأيام الأولى لشركة الهند الشرقية التي أوكل إليها استعمار الهند بداية أرغم الإنكليز على أن يستخدموا، بدرجة كبيرة، ما يعرف اليوم بـ "الحرب النفسية "[٥] وذلك باستخدامهم "الطابور الخامس" واستخدام أساليب فجة من الدعاية السرية مما مهد

---

(١)يُنظر:هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور، تونس، بحث من سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٢٠٠٨م).

(٢)يُنظر:صحيفة الشرق الأوسط، ٢٠١١/٢/٨م.

(٣) يُنظر:مصعب الطيب با بكر، الإعلام الإسلامي، محاذير وتنبيهات، مجلة البيان، (ص٧٩)،

(٤)يُنظر:نورينا هيرتس، السيطرة الصامتة، عالم المعرفة ٢٠٠٦م، (ص١٢٧)

(٥) الحرب النفسية: هي استخدام أي وسيلة بقصد التاثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين.للاستزادة: صلاح نصر، الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، ط٢، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧، ج ١ ص٩٠.

الطريق لجنود الشركة [١]وللكويزلنجيين الوطنيين الذين عينوا حكاماً ليخففوا العبء عن إداريي الشركة في الأماكن المحتلة، فيتابع تايلور القول: "عمد الإنكليز إلى المناورة لإبقاء القوى السياسية المضادة لهم ضعيفة ومنقسمة. وبواسطة الدعاية نجحوا في أن يملأوا عقول الهنود بخرافات مضللة. فتظن كل مجموعة من المجتمع الهندي أن الجماعة الأخرى تقف ضدها." ما أقرب الأمس الهندي من اليوم وربما من غد العربي! أكثر من ذلك، " كانت الحكومة الوطنية ما يسمى الوطنية في البلاد الهند تستخدم الجواسيس بأعداد كبيرة للتعرف على اتجاهات الرأي العام في هذه البلاد الواسعة لضبط أي تآمر، حتى قيل أن العدد كان يصل في هذا العصر المبكر إلى ثلاثين ألفاً في خدمة راجاه واحد من حكام الأقاليم."[٢]

علما ان التأثير يكون أكثر يسراً وفعالية، إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة، أو مسائل لم يسبق أن تكوَّنت حيالها آراء واتجاهات، وهناك عدة أساليب تقليدية أبرزها (التكرار والملاحقة- الإثارة العاطفية- تحويل انتباه الجماهير- أسلوب تنفيذ البرامج المحددة).

المطلب الثاني: إشكالية استقرار الرأي العام العربي

تميز الإعلام العربي بطابعه القطري فالقطرية هي أهم حقيقة في الإعلام العربي، إذ كان من السمات العامة للخطاب الإعلامي العربي في السنوات الأخيرة للقرن العشرين، تزايد طابعه القطري وتكثيف جهوده وتركيز اهتماماته على كل ما هو قطري، وبدأ ذلك في المجال السياسي، وتمّ الأخذ به في المجال الثقافي والفولكلوري والموسيقي، ومنه :القيم المغربية، والثقافة الأردنية، والموسيقى المصرية ...وغيرها. وتتضح سمة القطرية أيضاً في استخدام وسائل الإعلام العربية في مجالات الدعاية بشكل كبير، لإبراز محاسن النظم السياسية ومنجزاتها، فضلاً عن مهاجمة النظم الأخرى التي لا تتفق معها في الرأي، وكان من نتائج ذلك أن يكون الإعلام العربي أحد أدوات تأجيج الصراع السياسي العربي – العربي[٣]، وفي الوقت نفسه أهم أداة لتوحيد العرب حول رأي عام او قضية بعينها.

---

(١) تذكر بلاك ووتر (Black Water) في العراق

(٢)يُنظر: فهمي النجار، الحرب النفسية (اضواء اسلامية)دار الفضيلة الرياض السعودية،ص ص ١٥٦-١٥٨.

(٣)يُنظر :هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008 ، ص401

لقد أدت سيطرة النظم الحاكمة على وسائل الاتصال الجماهيري العربية إلى جعل المضمون الإعلامي تابعاً للسلطة، وباتت مهمة القائمين بالاتصال مركزة على تلبية احتياجات هذه السلطة، حتى ولو كان الدفاع عنها ضد مصالح الغالبية من الجماهير، الذين أصبحوا بحكم ما قدمته هذه الوسائل من قيم وأفكار بعيدة عن الواقع الموضوعي، لا يدركون حقوقهم السياسية والمدنية، ولم تكن وسائل الاتصال العربية تقوم بدور محايد ومجرد وسيط في الصراع الفكري والسياسي الذي كان من أبرز سمات المجتمع السياسي العربي المعاصر، بل أداة عضوية للجماعات الحاكمة، تعكس في تعبيرها الإعلامي نمطاً ومجالاً محدداً للسيطرة مستفيدة من المقدرة الإيديولوجية للإعلام كوسائل جماعية، تنبع قدرتها من إنها تستطيع أن تقول الشيء نفسه لملايين البشر في الوقت ذاته [١].

يصوغ الإعلام في العصر الرقمي ملامح عصر جديد من خلال وسائل جديدة، ويقدم مضامين جديدة، لابد أن يكون لها وظائف جديدة تنعكس في آثار جديدة، فمن الأسس التي ترتكز عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد[٢]، ولاشك أن الطاقة الإعلامية الهائلة مع وجود أزمة روحية وغياب الضوابط الفكرية والأخلاقية بإمكانها ممارسة نشاط تخريبي واسع النطاق، اذ ان الجانب الروحي الذي يرتبط به العالم الاسلامي في تراجع بسبب سياسات الأقلمة والقطرية التي تمارسها الأنظمة الحاكمة حفاظا على مراكزها، وذلك عبر تخدير الشعوب عن طريق خلق رأي عام مرحلي متجدد يلتقي مع الأهداف الشخصية لتلك الأنظمة، في المقابل ثمة وظائف كامنة لوسائل الإعلام والاتصال من اهمها(تغيير الاتجاه، والتأثير غير المباشر في السلوك، والهروب من الواقعية، والتشكيك في الثوابت)،وهي أشد تأثيراً من وظائفها الظاهرة في تغيير المواقف والاتجاهات والقيم، وبعض أنماط السلوك، فكثيراً ما يقبل الناس، ويتعاملون بلا مبالاة، مع سلوك كانوا يرفضونه بل كان يثير اشمئزازهم، وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوا بها قيماً دخيلة، كانت موضع استهجان فيما سبق؛ لأن المتغير الجديد

---

(١)يُنظر :شريف درويش اللبان وهشام عطية مقصود، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، القاهرة، الدار .العربية للنشر والتوزيع، 2008، ص146

(2) Stanly. J. Barran & Dennis ، R. Davis : Mass Communication Theory ، Foundation ،Ferment and Future (New York :Wads Worth Publishing Company 1995) ، p. 226….

أحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا تجاه الآخرين، وتحكم كذلك رؤيتنا للأمور نتيجة تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية والاجتماعية لسيل لا ينقطع من المفاهيم، والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات الأخرى عبر مصادر معلومات متعددة، في مقدمتها وسائل الإعلام والاتصال التي أحدثت الخلخلة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام للمجتمع(١).

إن الفضائيات ووسائل الإعلام الإلكترونية مع انها وسائل فعّالة في صياغة الرأي العام فهي أيضًا خيار معرفي وبديل دعوي يقوم على عوربة واسلمة الثقافة وإشاعة الفكرة والممارسة الإيمانية، وليس ببعيد ان دور الفضائيات الإسلامية المعاصرة في تحريك الشعب المسلم إيمانيًّا وعمليًّا نحو التغيير الإيجابي الذي يعم بلادًا عربية كثيرة في عالمنا اليوم.

تمارس وسائل الإعلام والاتصال هذا الدور من خلال تكوين وتغيير المعرفة بوساطة المعلومات التي تعد أساس للمعرفة، والمعرفة مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة محاولات متكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة (٢)، كما يختلف بذلك رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت إلى آخر بحصوله على تقارير جديدة من المعرفة والخبرة(٣).

صحيح أن عالم الفرد اتسع مع وسائل الإعلام الجديد، وأصبح بمقدوره إصدار أحكام وتكوين آراء واتجاهات نحو أمور متعددة بعيدة عن تجربته الشخصية، لكن الصحيح أيضاً أن ذلك زاد من توتره وإحساسه بالقلق، لأن قدراته لم تزدد بمقدار زيادة التكنولوجيا وتطورها، فعندما تتولى فئة لها قبول او تأثير في وسائل الإعلام لبناء رأي عام معين وتحت شعارات(حقوق الانسان ، محور الشر، الإرهاب، حرية المرأة، اسلحة دمار شامل) نجدها تهدف باتجاه هدم تماسك الاثنيات ولا سيما في العالم العربي والاسلامي، اذ ان اغلب هذه الشعارات رفعت كردة فعل على افعال اتهم بها العرب والمسلمون.

---

(١)يُنظر :محمد الحضيف :وسائل الإعلام هل تهدد نظامنا القيمي والاجتماعي.

Available : http : // www. media.effects. org / wnb22 / alelam. htm.

(٢)يُنظر :فيليب تايلور :قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، عالم المعرفة، الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان 2000ص371 . ويُنظر : أحمد زكي بدوي :معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت :مكتبة لبنان، 1982 ، ص234 .

(٣)يُنظر :محمود علم الدين :تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري،القاهرة:العربي للنشر والتوزيع، 1998 ،ص25

تعزى حالات الانهيار المجتمعي والتفكك العقائدي وعدم التوافق الاثني في كثير من الأحيان إلى ما تقدمه وسائل الإعلام الجديد حين ترسم صورة خيالية لواقع غير موجود او افتراضي عبر الإعلام الجديد، وتقدم نموذجاً خيالياً لا يمكن الوصول إليه في الواقع، لأن الفكرة المعروضة أحياناً غير حقيقية أو تعرض بشكل متناقض، مع نقص المفاهيم المتضمنة فيها أو تقديمها بشكل مشوه أو مبتور.

لهذا يتعين على قادة الرأي، والذين يوجهون الشعوب ان تتوفر فيهم تأملات روحية وأهداف أخروية تعود بالخير على قرارات الشعوب والتفافها حول رأي عام واحد او معين، كما يجب على الدعاة إلى الله أن يكون بيانهم الإعلامي حاضرًا في القضايا التي تجدُّ، فالإسراع في بيان الرأي يفيد كثيرًا في التأثير على الناس[١]، كما يجب أن يتحول الدعاة من دائرة رد الفعل إلى الفعل، ذلك أن صاحب الكلمة الأولى إعلاميًّا هو صاحب الكلمة العليا والمؤثرة غالبًا.

المطلب الثالث

الحفاظ على وحدة الرأي العام العربي والاسلامي

إن النقطة الجوهرية التي تنطلق منها عملية الحفاظ على رصانة الرأي العام العربي تصطدم بالتصدع الذي يهدد أساس الحفاظ على الرأي العام العربي، اذ كما دلل الباحث في بحثه أن لوسائل الإعلام الغربية استحواذ شبه مطلق على إنتاج الرسائل الإعلامية ولا سيما بعد عصر الإعلام الجديد، فضلا عن أن النشأة الإعلامية وان كانت تحت صبغات إسلامية او عربية الا أنها نشأت في أحضان مُلاك وسائل الإعلام الغربية، تنفيذا لغاياتهم آنذاك، وهو السيطرة على الشعوب المستعمرة وبثٍ لأفكار المحتل، وتهيئة الرأي العام لتقبله، لذا فان آلية الحفاظ على رصانة الرأي العام العربي تصطدم بهذه الأسس الفكرية لنشأة الإعلام العربي والاسلامي، الذي دأب أعدائه على بذر بذور الفرقة والبغضاء بين المسلمين والعرب وتهيئتهم وتوجيههم تبعا لفكر المستفيد.

---

(١)يُنظر :محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، ١٩٨٥م، (ص١٠٠).

ان الخطر الذي يهدد تماسك الهوية الاسلامية العربية هو الاعتراف بذلك التشرذم التوجهي للشعوب، وهذه النقطة هي النقطة الجوهرية على سُلّم الإصلاح والتمحور حول قضايا العالم العربي؛ لهذا فان أول إستراتيجية لتقوية الرأي العام العربي، هو بالحفاظ على الهوية إن كانت إسلامية او عربية بلا تمايز بينهما، والاتكال على أساس غير خاضع لأهواء وتقلبات السياسة الإقليمية والمحلية، وهذا الاساس يعالج قضايا الأمة من موقع أعلى، يشخص العلل ويعطي العلاج، ولم نجد من تلتقي هذه المميزات فيه إلا القران الكريم الذي يكون في بعده التعبوي الوجه الاول الى كل امر فيه التماسك والاتحاد والتكاتف، وفيه إسعادٌ للبشر، بينما تنشأ توجهات الرأي العام قصيرة الأمد الى تقلبات عاطفية تتحكم في تقييد حرية الحكم في اتخاذ القرارات، وبحجة السير مع الرأي العام قتل لروح الحرية الفكرية؛ لان الحرية الثقافية تصطدم مع العاطفة في التوعية حول قضاياها المصيرية ولا سيما في العام العربي، حيث وسيلة الإعلام مستنسخة من الغرب وعلم الإعلام وقوالبه يتعلمه العرب من مدارس الغرب، حتى إنَّ بثّ غايات الرأي العام اقتبست أساليبها من الانظمة السياسية والأحزاب المتنافسة، اذ صارت الشعوب العربية تلتقي حول من يستطيع استرضاء عواطف الجماهير عبر الإعلام بخدعه وإشكاله، إن كان انترنت او فضائيات، حتى اصبح الرأي العام العربي خاضعا لتوجهات الإعلام، ومن ثم فهو خاضع لمن يسيطر على هذا الإعلام وتتبدل آراء الجماهير تبعا لما يريده المُلاك وواضعي الاستراتيجيات الإعلامية والدعائية.

الخاتمة:

بعد حمد الله تعالى على إتمام البحث الذي تناول امراً ابتليت به الأمة الإسلامية والعربية، ألا وهو توجهها وفكرها ورأيها الذي اصبح خاضعاً لتنظير وتشكيل الآخر الغربي او غير العربي، اذ لا شك أن لوسائل الإعلام ولا سيما في عصر الجدة في الحداثة والأسلوب والتقنية هو ذلك الدور الكبير في توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم، ومع أن طبيعة هذا التأثير ومداه لم تقر كحقيقة علمية متناهية او محددة، لكن الدراسات لم تنفها، وعملية التأثير والتأثر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب إذ تتداخل فيها عوامل كثيرة، كشخصية الإنسان وبنيته الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، والاهم من ذلك مرجعه الروحي لان اغلب ما مر من أمور تحدث وتقتنى بتعاليم حصولية ولكن المشاعر والانتماء الروحي أمر حضوري يلقيه الله في قلوب الحاملين لهموم هذه الأمة، ومع خلو الفرد من الرسوخ الروحي تستطيع وسائل الإعلام الجديد أن تُحدث تغييراً معرفياً لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة، وتوجهها في إيقاع واحد متناغم، يعجل بالتغيير المعرفي المنشود، بحسب الاتجاه الذي تريده ويريده من خلفها مُلاك تلكم الوسائل، ضد ما هو قائم ومناقض له ان كان فكرا او عقيدة او رأياً، أو مع ما هو قائم وداعم له، وعندما اندمجت وسائل الإعلام والاتصال أخذت تمارس دوراً جديداً في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمهم بوسائل جديدة، وفي مستويات متعددة، وبتكرارها لما تقدمه شكلاً ومضموناً تكراراً مجمعاً أو موزعاً، تعيد صياغة قيم المجتمع ورأيه العام، ومن ثم الشعوب بالطريقة التي تلائم صانعي هذا الإنتاج ومروجيه.

اذ بخِلو هذه الشعوب عمّا قدمنا تكتفي الديموقراطية الشكلية بتنظيمات فارغة المحتوى كفزّاعات قابلة للاستعمال ، ومتخصصين يدورون مع الزمن(٩٠ أو ١٨٠ درجة) ، وصحافة تضخم هذه الفزّاعة أو تلك، حسب الطلب، وجميع ذلك هو جعل العالم العربي الإسلامي في دوامة لا تنتهي إلا بانتهاء آخر مركز ثقل يمكن لها الالتفاف حوله وهو قدسية القران الكريم وتعاليمه وجوانب الولاء فيه من البراء، ومن خلال هذه الخلاصة فقد توصل الباحث الى نتائج عدة:

١. إن الإعلام الجديد اخذ تعريفه وأهميته من أهمية الوسائل المتغيرة التي تطرأ عليه لا لحقيقته.
٢. إن الشارع العربي منتهك الرصانة الفكرية والاستقلالية الكاملة لتعبئة رأيه العام وهذا يدلل على كثير من الخطوات التي تحدث وبعد حين تظهر انها كانت خاطئة.

٣. إن عدم الحفاظ على استقرار الرأي العام العربي يعود في الأساس الى ضعف القيادة الموحدة التي تهتدي بهديٍ فوقي مقدس يُحرك العقيدة والضمائر حول القضايا المصيرية.

٤. لزيادة الترابط بين الشعوب وزيادة التماسك الثقافي يجب تثقيف العالم العربي بالتاريخ الذي مر به العالم العربي والاسلامي والغربي، وطرق واساليب المؤامرات التي حيكت على الشعوب المتناحرة.

٥. الحد الفاصل في صد أي شق في البناء المعرفي وزرع لرأي عام معادي او مثبط للعالم العربي الاسلامي، هو بإنشاء مراكز دراسات وأبحاث تتناول تدريس علوم الحرب النفسية وأساليبها وطرق بث الإشاعة وتاريخها وأشكالها، فضلا عن إعداد مؤتمرات تؤصّل لكيفية الحفاظ على الرأي العربي والاسلامي وكيفية الحفاظ عليه من المشتتات الفكرية.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين