

المحاضرة الرابعة: دور الإعلام في تشكيل الرأي العام

تتعدد أساليب تشكيل الرأي العام وتنوع في درجة تأثيرها، لكن هناك اتفاقا بين الباحثين على أن وسائل الإعلام تعتبر أهم تلك الأساليب دون منازع، فالإعلام اليوم من خلال الإتقان الفائق للبرامج التي يقدمها، ومن خلال ما يتمتع به من قدرة كبيرة على التأثير بات قادرا فعلا على أن يصنع شيئا من لا شيء، إنه قادر على أن يوجد بيئة كاملة من الأفكار والمشاعر والقيم والاهتمامات والاتجاهات لأمو تافهة أو هامشية.

ويوضح الباحثان بيرلسن B.Berlson و موريس جانويتش M.Janowitz في نفس السياق: أن تأثيرات الإعلام عديدة ومتنوعة فربما تكون طويلة الأجل أو قصيرة الأجل، وربما تكون معلنة أو خفية، وربما تكون قوية أو ضعيفة، وربما يكون تأثيرها نفسيا أو سياسيا، أو اقتصاديا أو اجتماعيا، وربما تؤثر في الآراء أو القيم أو مستويات المعلومات والمهارات والأذواق والسلوكات.

وتقوم أيضا وسائل الإعلام ببيان المواقف والاتجاهات للدولة والأجهزة الرسمية وغير الرسمية وتقوم بدور أساسي في إحداث التغيير المنشود في اتجاهات أفراد المجتمع وذلك من خلال تهيئة الرأي العام للتغيير وإقناعه بضرورته وأهميته للأفراد والمجتمع.

وتبدأ أولى مراحل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام على الصعيد المعرفي، إذ تقوم وسائل الإعلام بصياغة تكوين معرفي جديد لدى الأفراد حول القضية محل التأثير أو على الأقل إحداث خلخلة في التكوين المعرفي القديم حول تلك القضية ، ويبرز عالم الاجتماع ميلز Mills خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Communication وكيفية تأثيرها في صياغة وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم حيث قال: "إن جانبا ضئيلا فقط مما نعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري".

ينبغي هنا التأكيد على دور التواصل الاجتماعي وأدواته ووسائطه، ولعلّ وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري سواء كانت مسموعة أو مكتوبة أو مرئية أو إلكترونية سلكية أو لاسلكية، مباشرة أو غير مباشرة، تحمل في ثناياها رأي أو اتجاه معين قد يكون ترويجا أو دعما أو توجيها أو توصالا لرأي جماعة

سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ، ووسائل الإعلام في قيامها بتشكيل الرأي العام والتأثير فيه تختلف حسب أنظمة الحكم المختلفة نظرا لطبيعة الظروف التي تحكم عمل هذه الوسائل في كل نظام سياسي، ومدى ما تتمتع به من حرية في تأدية وظيفتها.

يمكننا القول في النهاية أن نجاح وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام يتم بفضل توافر ومراعاة عدد من الشروط والعوامل السياسية والاجتماعية والثقافية، ومن بينها:

أ – إتاحة المناقشات الحرة للقضايا التي تهم الجماهير، وإتاحة الفرص المتكافئة لعرض وجهات النظر المختلفة إزاءها، وعدم مراقبة أو منع تدفق المعلومات وانتشارها عن طريق وسائل الإعلام.

ب – تقديم مواد إعلامية وثقافية تتناول انشغالات الجمهور والرأي العام وتلبي احتياجاتهما الثقافية والإعلامية والمعرفية والترفيهية.

ج – مراعاة الظروف الاجتماعية والأوضاع الثقافية للأفراد الذي تتوجه إليهم الوسائل الإعلامية عند تقديم الرسائل الإعلامية".

مراجع المحاضرة:

- موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 02، 2010.
- خلف عبد الجليل ياسين الداهري، مفهوم الرأي العام، مجلة كلية الآداب، العدد 71، السنة.
- عبد الله بوجلال، دور الإعلام في تشكيل الرأي العام، مجلة حوليات، مجلد 6، العدد 1، 1991.
- جمال الدبعي حياصات، الرأي العام وتحديات المجتمع المعاصر، دار المستشارون للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- محمد محسن العامري و عبد السلام محمد السعدي، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- علي كنعان، الرأي العام بين النظرية والتطبيق، دار الأيام، عمان، 2015.
- صفوان عصام حسيني، الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- عبد الكريم بكار، الاستثمار في الإعلام، مجلة البيان، العدد 175، السنة 17، ماي – جوان، لندن، 2002.

ملاحظة: أي استفسار يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني التالي: nourine.achache@univ-sba.dz